



SUZANA POLIDO DE MOURA LEITE

A IGREJA CATÓLICA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

BRASÍLIA/JUNHO/2005



SUZANA POLIDO DE MOURA LEITE

A IGREJA CATÓLICA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Monografia apresentada ao Departamento da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas (FASA), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharelado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, Centro Universitário de Brasília (UniCEUB) – DF.

Orientador: Prof. Fernando Braga, MsD

BRASÍLIA/JUNHO/2005



SUZANA POLIDO DE MOURA LEITE

A IGREJA CATÓLICA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Menção

Monografia apresentada ao Departamento da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas (FASA), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharelado em Comunicação Social, habilitação em jornalismo Centro Universitário de Brasília (UniCEUB) – DF.

Orientador: Prof. Fernando Braga, MsD

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof.: Fernando Antonio Pereira Braga

Prof.: Ana Cristina Pimenta

Prof^ª: Rosângela Zorzo

BRASÍLIA, 21 DE JUNHO DE 2005

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho à Santíssima Trindade. A Deus Pai por ter me criado, a Deus Filho por ser o meu salvador e por ter providenciado todo o necessário a mim, e a Deus Espírito Santo por ter me iluminado e ter-me permitido chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer à minha família. Ao meu paizinho, Paulo César, por todo companheirismo durante esses quatro anos de faculdade, por ter providenciado todas as coisas para que eu chegasse até o cumprimento dessa etapa e por ter sido mais que um pai para mim. A minha mãezinha, Tina, eu agradeço pelo dia-a-dia, por ter acompanhado cada passo, cada trabalho, cada vitória para o recebimento do diploma. Às minhas irmãs Renata, Ana Paula, Beatriz, Carolina, Mariana e pelos meus sobrinhos, Izabel e Victor Hugo que fizeram parte de toda essa caminhada rumo ao jornalismo. Ao meu noivo, Alexandre, por ter sido o meu apoio nessa etapa tão difícil de conclusão de curso, e por ter me sustentado com seu amor, carinho e atenção. À família do meu noivo pelas orações dedicadas a mim.

À minha comunidade São Paulo Apóstolo que pôde ver a minha evolução desde o primeiro semestre de faculdade até hoje, eu agradeço por serem verdadeiros amigos também e por todas as orações. À minha grande amiga, afilhada e irmã de comunidade, jornalista, Dany, por ter me dado toda ajuda necessária na área do jornalismo e por ser um exemplo de profissional. E novamente a Jesus, que instituindo a Mãe Igreja deu-me subsídios para a escolha do tema.

Agradeço as minhas amigas de faculdade Matilde, Paula, Bia, e Gigi por cada trabalho em grupo, cada dia de estudo para as provas e por, principalmente, estarmos juntas na conclusão desse curso.

À equipe da Voz do Brasil, Radiobrás, por terem me ensinado a prática jornalística, como também a superar toda correria de uma redação.

Por fim, agradeço à Canção Nova, pelo carinho e o acolhimento recebido ao fazer as entrevistas e por ter-me transmitido todos os dados necessários para a conclusão deste trabalho. Ao professor e orientador Fernando Braga, pela ajuda nesta jornada de conhecimentos, compartilhando suas idéias para um melhor resultado na conclusão deste trabalho.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 METODOLOGIA	10
3 A IGREJA CATÓLICA E A COMUNICAÇÃO	12
3.1 RECUPERANDO A HISTÓRIA	12
3.2 O DESENROLAR DOS TEMPOS	15
4 OS DOCUMENTOS DA IGREJA SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	18
4.1 DO SURGIMENTO DA TIPOGRAFIA À LIBERDADE DE IMPRENSA	18
4.1.1 O nascimento da imprensa	21
4.2 OS <i>MASS MEDIA</i>	25
4.2.1 Papa Pio XI e a <i>Vigilanti Cura</i>	25
4.2.2 Papa Pio XII e a <i>Miranda Prorsus</i>	26
4.2.3 Papa João XXIII e o Concílio Vaticano II	29
4.2.4 Papa Paulo VI e o <i>Inter Mirifica</i>	30
4.3 A INSTRUÇÃO PASTORAL <i>COMMUNIO ET PROGRESSIO</i>	33
4.3.1 Primeira Parte: Os meios de Comunicação Social, na perspectiva cristã- Elementos Doutrinas	34
4.3.2 Segunda parte: Os meios de comunicação Social como fatores do progresso humano	34
4.3.3 Terceira parte: Empenho dos católicos no campo dos meios de comunicação	40
4.4 OS DOCUMENTOS DA IGREJA NO PONTIFICADO DE JOÃO PAULO II.....	44
4.4.1 O Papa da mídia	44
4.4.2 Na era da internet	45
4.4.3 Pornografia e Violência nas Comunicações Sociais – Uma resposta pastoral	46
4.4.4 Critério de Colaboração Ecumênica e Inter-religiosa nas Comunicações Sociais	47
4.4.5 Igreja e Internet	48
4.4.5.1 Problemas no campo cibernético.....	50
4.4.5.2 Recomendações	50
4.4.6 O Rápido Desenvolvimento.....	51

5 A OBRA CANÇÃO NOVA : MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – “NOSSA MISSÃO”	53
5.1 UM BREVE RESUMO	53
5.1.1 O início de tudo	54
5.1.1.1 Rádio Canção Nova	55
5.1.1.2 TV Canção Nova	56
5.1.1.3 Portal Canção Nova	54
5.2 CANÇÃO NOVA – UMA RESPOSTA AO APELO DA IGREJA	58
5.2.1 A escolha certa	59
6 CONCLUSÃO	62
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
ANEXO A	67
ANEXO B	73
ANEXO C	79

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho está baseado numa profunda análise dos principais documentos da Igreja Católica sobre os meios de Comunicação Social, desde o surgimento da tipografia, com o *Inter Multiplices* (1487), até o último documento “O Rápido Desenvolvimento” lançado este ano (2005) pelo Papa já falecido, João Paulo II.

Constam também neste trabalho outros dois capítulos. Um remonta à história da comunicação da Igreja desde antes mesmo dela ser fundada, num contexto histórico-bíblico, começando na criação do homem por Deus, para uma perfeita comunicação e segue até os dias atuais. O outro capítulo é um exemplo do uso dos meios de comunicação pela Igreja Católica, no Brasil, por meio do Sistema Canção Nova de Comunicação e a sua ligação com os documentos sobre os *mass media*.

A idéia inicial deste trabalho era fazer um estudo de caso da Canção Nova, uma vez que ela trabalha com a maioria dos meios de comunicação disponíveis: TV, rádio, internet e impresso, além de ser um sistema que não tem rentabilidade financeira por meio de propagandas, mas por milhares de sócios.

Entretanto, no início da pesquisa dois fatores pesaram para o não andamento desta abordagem. Em primeiro lugar a distância, tendo em vista que a sede da Canção Nova fica em Cachoeira Paulista- SP, o que dificultaria o estudo. Em segundo, o tema forçou-nos a buscar na própria Igreja Católica como ela se portava diante desses meios e o que ela dizia a respeito do assunto.

Ao nos depararmos com a vasta quantidade de documentos sobre os meios de comunicação, resolvemos então fazer um estudo que mostrasse a evolução tanto da história quanto da evolução do pensamento e posicionamento da Igreja Católica sobre os *mass media*.

Cabe também aqui ressaltar que como futura jornalista e católica praticante, seria válido fazer um trabalho de conclusão de curso que pudesse unir o lado pessoal ao profissional, para

assim como diz a grande maioria dos documentos, me colocar à disposição da Igreja para fazer uma comunicação que se preocupe com a ética e com a moral e que possa divulgar o evangelho “pelos telhados”.

2 METODOLOGIA

Este estudo monográfico é de natureza qualitativa, descritiva, e enquadra-se como um estudo de caso histórico. Acompanha o desenvolvimento dos documentos norteadores da política de comunicação adotada pela Igreja Católica, desde 1487 até os dias atuais, com ênfase nos episódios de total censura e completa abertura que marcaram esse processo.

Segundo Yin, “o estudo de caso é ferramenta de pesquisa que ajuda o observador a avançar do empirismo para o pensamento lógico desvinculado de todos os vícios tecnicistas” (pág. 200).

"A clara necessidade pelos estudos de caso surge do desejo de compreender fenômenos sociais complexos... e permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real..." (Yin, 2001, pág.47)

De acordo com Larosa e Ayres (2003, pág. 42) foi feita uma pesquisa explicativa, porque se procurou explicar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos observados na mídia e nos arquivos históricos e o comportamento da Igreja.

“Pesquisas explicativas (...) aprofundam o conhecimento da realidade, explicando a razão das coisas cotidianas e científicas. Por isso, as pesquisas explicativas são o tipo mais complexo e delicado, já que o risco de cometer erros aumenta consideravelmente.” (Larosa & Ayres, 2003, p.42)

O estudo percorreu as seguintes fases: Fase Exploratória, quando foram relacionados os pontos a serem estudados. Inicialmente, pretendia-se limitar o estudo de caso a um sistema de comunicação religiosa, no caso, a Canção Nova, que tem sede em São Paulo, porém atua em Brasília por meio de uma casa de missão. Com o falecimento do papa João Paulo II (2/4/2005), o “Papa da Comunicação”, ampliamos o escopo do trabalho com o objetivo de analisar a política de comunicação dessa instituição, a Igreja Apostólica Romana, de forma geral.

O Problema que deu origem a nossa pesquisa foi A Igreja Católica é eficaz em sua comunicação no que diz respeito aos *mass media*? A Coleta de Dados ocorreu no período de fevereiro a junho de 2005, porém, anteriormente, já haviam ocorrido algumas observações presenciais, quando de viagem desta pesquisadora a São Paulo, à sede da instituição.

Os instrumentos de coleta de dados foram os documentos da Igreja Católica e materiais de divulgação da instituição. Além disso, foram feitas entrevistas e realizada observação direta às áreas de produção da instituição pela autora do trabalho e observação participante, dado que a autora estagia há quase dois anos em organização radiofônica, a Radiobrás.

A entrevista foi do tipo semi-estruturada porque se desenrolou a partir de um esquema básico, porém não aplicado rigidamente, permitindo ao entrevistado fazer as adaptações necessárias. Isto foi possível porque as entrevistas foram realizadas pela própria pesquisadora, daí o fato de ter sido facilitada a adaptação à situação.

3 A IGREJA CATÓLICA E A COMUNICAÇÃO

A manifestação da vontade de Deus em se comunicar com o homem remonta aos tempos mais distantes da história. Deus ordena aos judeus que transmitam fielmente os seus mandamentos a seus filhos de geração em geração e que guardem tudo em seu coração. E isso se mantém, por tradição até os nossos tempos.

“Ouve, ó Israel! [...] Os mandamentos que hoje te dou serão gravados no teu coração. Tu os inculcarás a teus filhos, e deles falarás, sentado em tua casa, seja andando pelo caminho, ao te deitares e ao te levantares. Atá-los-ás à tua mão como sinal, e os levaras como uma faixa frontal diante dos teus olhos. Tu os escreverás nos umbrais e nas portas de tua casa” (Deu 6, 4-9).

3.1 RECUPERANDO A HISTÓRIA

Antes de falar da caminhada da Igreja Católica no campo das comunicações sociais, é necessário recuperar toda história da comunicação de Deus com o homem, narrada na Bíblia.

Segundo estudos baseados na antropologia teológica, o primeiro livro das Sagradas Escrituras, o Gênesis (Livro das origens), narra e documenta que o ser humano foi criado à imagem e semelhança de Deus, para receber a revelação divina e para estabelecer um diálogo de amor com Ele. A Igreja explica que “devido ao pecado (a desobediência do Homem ao comer o fruto da árvore do conhecimento do bem e do mal) esta capacidade de diálogo quer em nível pessoal, quer social, alterou-se e os homens fizeram e continuam a fazer a experiência amarga da incompreensão e do afastamento” (João Paulo II, 2005).

Contudo, Deus não deixa de se comunicar com o homem. Ainda no início da história do povo de Israel, Javé (nome que Deus revela a Moisés), traça a comunicação com a humanidade, por meio das alianças com, primeiramente Noé, em seguida com os patriarcas Abraão, Isaac e Jacó no campo sobrenatural e com Moisés no metafísico quando o diálogo narrado, se dá em viva voz:

“Vendo o Senhor que ele se aproximou para ver, chamou-o do meio da sarça: "Moisés, Moisés!" "Eis-me aqui!" Respondeu ele. E Deus: "Não te aproximes daqui. Tira as sandálias dos teus pés, porque o lugar em que te encontras é uma terra santa. Eu sou, ajuntou ele, o Deus de teu pai, o Deus de Abraão, o Deus de Isaac e o Deus de Jacó". Moisés escondeu o rosto, e não ousava olhar para Deus. O Senhor disse: "Eu vi, eu vi a aflição de meu povo que está no Egito, e ouvi os seus clamores por causa de seus opressores. Sim, eu conheço seus sofrimentos" (Ex 3,4-7).

Após a libertação do povo de Israel com a entrada em Canaã (chamada terra prometida) Deus mantém a comunicação com seu povo por meio dos profetas: “*Nabi*” = aquele que fala em nome de Javé (tradição javista) ou “*Ish Eloim*” = Homem de Deus (tradição eloista). Entre eles estão destacados na Bíblia, Jeremias, Isaías, Daniel, Ezequiel (chamados profetas maiores).

Na sequência da busca de manutenção dessa comunicação, Deus usa também os juizes (Débora, Sansão, Elias, Eliseu e Samuel) e, posteriormente por meio dos reis (seus dignos representantes entre o povo), onde se destacam os nomes de Jozias, Davi e Salomão.

É João Batista, “voz que clama no deserto”, que comunica a vinda do Cristo e anuncia a sua chegada (Eis o cordeiro de Deus que tira o pecado do mundo). Por conseguinte, a comunicação entre Deus e a humanidade alcança a perfeição no Verbo feito homem.

“E, chegada a plenitude dos tempos, Ele mesmo se nos comunicou diretamente, e o “Verbo se fez carne”. Cristo Filho Encarnado, Palavra e Imagem do Deus invisível, pela sua morte e ressurreição libertou o gênero humano, comunicando abundantemente a todos a Verdade e a própria Vida de Deus. Ele, único mediador entre o Pai e os homens, reconciliou a humanidade, com Deus e restabeleceu a união com os homens. A partir de então, é em Deus feito homem, nosso irmão, que se encontra o fundamento e o protótipo da comunicação entre os homens” (Paulo VI, 1971).

Jesus se revela ao povo como o messias esperado e torna-se um perfeito comunicador. Ainda na Instrução Pastoral *Communio et Progressio* (1971), Paulo VI diz que “Cristo se identificou de modo total com aqueles que haveriam de receber sua comunicação e transmitiu sua mensagem não só em palavras, mas em toda a realização de sua vida. Identificou-se com o modo de falar de seu povo e com os modelos de seu pensar. Falou a partir da situação de seu tempo”.

Nas narrativas dos evangelhos sinóticos (Mateus, Marcos e Lucas) podemos perceber a variedade de argumentação inculturada adotada por Jesus para o perfeito entendimento da

mensagem transmitida. Considerando que a população que vivia naquela região (Palestina), era composta, principalmente de pescadores, agricultores e pastores, Jesus faz uso dessas atividades como argumentação de suas parábolas: Ex.: “Olhai os lírios dos campos”. . . “Farei de vós pescadores de homens”... “O bom pastor conhece as suas ovelhas...”. Assim Jesus conseguiu atingir a maior parte dos ouvintes sem argumentações de difícil compreensão, revelando o pai (Deus) e sua mensagem (A boa nova do Reino) por meio dessas parábolas, usando também sinais e milagres.

Depois Jesus enviou 72 discípulos para anunciar a boa nova, escolheu doze para que permanecessem consigo para ouvir e ver tudo que lhe acontecia.

A mensagem ensinada por Jesus aos seus doze apóstolos é por eles transmitida fielmente entre as comunidades que por sua vez mantinham a tradição viva entre as gerações cristãs. Essa missão foi cumprida com esmero por um judeu convertido ao cristianismo, chamado Paulo de Tarso. Antes fariseu e perseguidor dos cristãos, Paulo foi especialmente escolhido por Jesus ressuscitado por suas características de radicalidade, coragem, eloquência e poder de persuasão, qualidades fundamentais para um bom comunicador. Em quatro viagens apostólicas (missão de evangelizar) percorre mais de vinte mil quilômetros em aproximadamente duas décadas de apostolado (36Dc a 67Dc). Nesse período formou uma verdadeira rede de mensageiros (2 Tim 2,2) que se multiplicaram, através dos tempos até os dias de hoje.

Waldemar Luiz Kunsch, autor do livro “O verbo se fez Palavra”, confirma o início da propagação cristã pela comunicação:

“Crescia a comunicação-Igreja. A comunicação da Igreja. Que tem início nos primeiros apóstolos, nas pegadas de Cristo, seu paradigma: ‘Chamou os doze apóstolos e começou a enviá-los, dois a dois’ (Mc 6,7). Que passa por Paulo, ‘reservado para anunciar o Evangelho de Deus’ (Rm 1,1), o primeiro a levar a boa nova, além dos judeus, também ao ‘gentios’: ‘Vai, porque eu te enviarei para longe, às nações [...]’ (At 22,21). Que toma forma na vida dos fiéis e nos ensinamentos dos papas dos ‘padres da Igreja’, dos ‘doutores da Igreja’” (Kunsch, 1988, pág. 24).

Citam-se “de passagem”, os “Padres Apostólicos”, que por suas característica especiais (vida de santidade, antiguidade, aprovação eclesiástica e ortodoxia) receberam a mensagem

diretamente dos apóstolos, destacando-se: Clemente Romano (102dc), Inácio de Antioquia (110dc) e Policarpo de Esmirna (156dc). Como explica Luiz Cechinato em seu livro “Os 20 séculos de caminhada da Igreja”:

“Quando dizemos “O Santo Padre” (no singular), estamos falando do Papa, mas quando dizemos “Os Santos Padres” ou “Os Padres da Igreja”, estamos nos referindo àqueles famosos “mestres” da doutrina e da fé que viveram nos primeiros séculos da Igreja. Eles foram os primeiros “construtores” da Teologia, os guias ou “pais”, geradores ou fontes. O período em que viveram chama-se Patrística, e o estudo de sua vida e de suas obras leva o nome de Patrologia. [...] Outra expressão consagrada na Teologia e na História da Igreja é “Padres Apostólicos”. São aqueles mestres famosos que receberam a doutrina dos apóstolos” (Cechinato, 1996, pág. 95).

Os Doutores da Igreja (homens pregadores da Patrística) São João Crisóstomo, o “Bocade-ouro”; São Jerônimo, Santo Agostinho, todos preocupados com a ortodoxia da Igreja Católica; a Escolástica com Santo Tomás de Aquino, aliando Filosofia com Teologia, investindo a favor da Verdade Cristã, contra os gentios e contra as heresias. Luiz Cechinato explica também a importância dos doutores da Igreja nos ensinamentos por eles deixados.

“Doutores da Igreja são santos e santas que, nos diferentes períodos históricos da Igreja, distinguiram-se pela doutrina reta, grande sabedoria, santidade de vida e obras de notável valor (escritos ou pregação). O que eles ensinaram tem validade perene e universal. Suas obras servem de referência e de fonte aprovada pela Igreja pela elaboração da Teologia e da vivência da fé. Os últimos “Padres da Igreja” também são Doutores” (Cechinato, 1996, pág. 96).

Enfim, o Púlpito (Padres), a Cátedra (Papais) e a Escola (Teólogos) constituem momentos fortes de comunicação da Boa Nova, através da história, instrumentos pessoais ou institucionais com que a Igreja pôde contar para a salvaguarda (*Depositum Fidei*) e a difusão da Palavra de Deus antes que dispusesse dos meios de comunicação.

3.2 O DESENVOLVER DOS TEMPOS

Contudo, a história da Igreja Católica é marcada por momentos de dura censura e até, pode-se dizer, rejeição dos modernos meios de comunicação, quando se deu o seu aparecimento.

Romeu Dale (1973), na obra, “Igreja e Comunicação Social” assinala três períodos evolutivos e bem caracterizados, dos pronunciamentos papais de Gutenberg (meados do séc. XV), até o pontificado de Paulo VI.

O primeiro período começa em 1450 e vai até 1879. Esse espaço é longo e determinado pela descoberta da tipografia por Gutenberg e da conseqüente difusão do livro com tudo que isso tenha significado. Tratou-se de uma revolução em termos tecnológicos e culturais.

No ano de 1454, Gutenberg imprimia para o papa Nicolau V uma carta de indulgências, e, no ano seguinte, a primeira Bíblia. A tipografia já bastante difundida na Alemanha espalha-se rapidamente pela Itália, França e Espanha.

A Igreja Católica reagiu a essa revolução como uma atitude de defesa e completo “zelo” pelo rebanho. Não que os Papas e as lideranças católicas não percebessem desde o início o valor e a significação da tipografia. Mas o contexto e a mentalidade eclesial os levaram a ver na imprensa os perigos que comportava e os possíveis malefícios do mau uso dela. E trinta anos depois do primeiro livro impresso, o Papa Inocêncio VII exigia a censura prévia dos livros e impunha penas severas aos infratores. No final do século XIV vigoravam normas gerais de leitura dos livros e era criado o catálogo (Index), com a lista dos livros proibitivos.

De 1879 a 1957 as coisas começam a mudar. O marco do início desse segundo período deve-se ao Papa Leão XIII (1878-1903). Ainda que vigorasse a mentalidade da condenação de livros tidos como abusivos, ou nocivos à fé e à doutrina, o Papa, com uma atitude de apoio à “Boa Imprensa” a recomenda aos católicos como serviço à Igreja. A idéia de “Boa Imprensa” é uma oposição à idéia de “Má Imprensa”. Em virtude disso, Leão XIII, num gesto de “abertura” concedeu a primeira entrevista (audiência) coletiva a jornalistas profissionais, o que aconteceu em 1879 meses depois de eleito. A audiência foi feita em latim e constitui-se num discurso do Papa, sem que os jornalistas tivessem direito a perguntas.

Já com o Papa Pio XI (1922-1939), em 1936 foi promulgada a encíclica *Vigilanti Cura*, concedendo maior compreensão e liberdade especificamente sobre o cinema. O mesmo papa, em

1931 inaugura a Rádio Vaticano. Ainda nesse período se destaca Pio XII (1939-1958) que produziu a encíclica *Miranda Prorsus*, de 8 de setembro de 1957, em que a Igreja se mostra encantada diante dos “maravilhosos progressos técnicos de que se gloriam nossos tempos”. O documento fala do cinema, do rádio e da televisão.

O terceiro período inicia-se em 1958 e se estende a 1980. Essa é uma fase importante porque as mudanças nos meios de comunicação se acentuam, já incluindo a televisão. A Igreja passa por grande renovação marcada pelo Concílio Vaticano II (1962 a 1966). Ainda que o Concílio tenha produzido um único documento sobre os meios de comunicação, *Inter Mirifica*, de 4 de dezembro de 1963, ele trouxe mudanças conceituais e pastorais que impuseram um novo modelo de Igreja e, como tal, novo tipo de relacionamento.

Foram papas nesse período João XXIII (1958 a 1963), Paulo VI (1963-1978), João Paulo I (1978-1978) e João Paulo II (1978 – 2005).

Deve-se incluir um quarto período em complemento a Romeu Dalle, que compreende todo o papado de João Paulo II (1978-2005). Além de abrir as portas da Igreja para os meios de comunicação, dando incentivo e coragem ao bom uso dos *mass media*, o Papa se destacou por ser, ele mesmo, pauta da mídia mundial que noticiou todos os seus passos, incluindo a sua morte.

4 OS DOCUMENTOS DA IGREJA SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

4.1 DO SURGIMENTO DA TIPOGRAFIA À LIBERDADE DE IMPRENSA

Um importante estudo a ser feito sobre a Igreja e os meios de comunicação social tem que ser realizado sob análise dos documentos pontifícios ou conciliares que se posicionam em relação às novas tecnologias. Esses documentos se iniciam em decorrência da invenção da tipografia por Gutenberg, com um posicionamento duro e radical da Igreja, representado pela censura prévia e culminam na era da internet, com a Igreja declarando “o uso das tecnologias da comunicação contemporânea, parte integrante da sua missão no terceiro milênio” (João Paulo II, 2005, art.1).

A constituição *Inter Multiplices*, do Papa Inocêncio VIII, datada de 17 de novembro de 1487, é o primeiro documento pontifício que toma posição a respeito da imprensa. A missão pastoral do documento é “promover as boas iniciativas e arrancar o joio” (passagem bíblica que se refere à separação do bem e do mal).

“[...] nossa obrigação pastoral Nos impõe, antes de mais nada, velar para que as iniciativas de nosso tempo... em harmonia com a fé católica e conforme os bons costumes, possam não somente conservar-se e desenvolver-se, mas também serem transmitidas às gerações futuras; ao contrário que aquelas que se mostrarem perniciosas, condenáveis e ímpias sejam cortadas e extirpadas e, sua raiz, sem que se permita jamais a sua expansão” (Inocêncio VIII, 1487, art.1).

No *Inter Multiplices* é clara a posição da Igreja ao “considerar como pernicioso e extremamente hostil ao mesmo gênero humano o fato de publicar e de trazer por escrito, ao conhecimento geral, o que é nocivo, oposto à ortodoxia religiosa”. O Papa proibiu a impressão de livros sem a censura prévia dos representantes da Igreja:

“É preciso, por conseguinte, recorrer a medidas oportunas, a fim de obrigar os impressores a cessar a reprodução de tudo aquilo que seja contrário ou oposto à fé católica ou suscetível de provar escândalo no espírito dos fiéis” (Inocêncio VIII, 1487, art. 7).

Em seqüência, é ordenado o recolhimento dos livros e folhetos já impressos e a queima dos já condenados. “Se não fizessem desaparecer os escritos errôneos, ímpios e escandalosos já

impressos [...]”. E por complemento, a punição aos impressores culpados e seus colaboradores que deviam ser interditados, suspensos do direito de imprimir, ou mesmo excomungados.

Já em 1512 iniciou-se o V Concílio de Latrão, que teve duração de cinco anos. Embora tenha sido convocado pelo Papa Júlio II (1503-1513), por causa de sua morte, o Concílio foi presidido pelo Papa Leão X. Este era o período da Renascença e os cristãos insistiam na necessidade de uma reforma na Igreja “na cabeça e em seus membros”. O Concílio, no entanto, não realizou quase nada de reforma e ainda confirmou a censura prévia e universal, através do documento *Inter Sollicitudines*, de 4 de maio de 1515.

A constituição apostólica retoma o cuidado que se deve adotar com a leitura de “tais livros que não edificam os leitores, mas os induz aos maiores erros na fé, na vida e nos costumes [...]”. A censura agora é feita de outra maneira, no *Inter Sollicitudines* encontra-se a origem do “IMPRIMATUR”, utilizado até os dias de hoje pela Igreja Católica.

“Em vista disso, decretamos e ordenamos para todo o sempre, que ninguém imprima ou ouse imprimir livro ou outra qualquer matéria escrita, sem exame prévio. [...] Realizado o exame sejam aprovados e autenticados com assinatura do próprio punho dos examinadores sob pena de excomunhão gratuitamente e sem demora” (Leão X, 1515, art. 15).

Estavam também mantidas as penas aos infratores e determinada a aplicação de “todos os remédios canônicos, que ninguém mais tenha a ousadia de imitar-lhe o exemplo”.

Então, com apenas seis meses de término do V Concílio de Latrão (1517), Martinho Lutero veio romper a unidade da fé cristã, fixando suas teses sobre as indulgências em Wittemberg, no 31 de outubro de 1517. Lutero percebeu a grande importância da informação e valendo-se dos seus dons de escritor e polemista, multiplicou livros, impressos e folhetos manuscritos a serviço de suas idéias. Deu-se então o rompimento de Lutero com Roma.

“O resultado não poderia ter sido mais desastroso para a unidade que Roma queria preservar. Cinco anos após promulgada a “Inter Sollicitudines”, Lutero arrastava consigo quase toda a nobreza alemã e boa parte de seus súditos. Martinho Lutero ao ser excluído da comunhão católica, revelou-se definitivamente, um grande comunicador social ao furar o bloqueio imposto por Roma sob severas penas, desarticulando seu poder político e religioso. A desestabilização custará ao papado a perda de influência sobre vastas áreas

geográficas, tanto na Europa quanto nas terras americanas sob colonização inglesa e holandesa” (Soares, 1988, pág. 41).

A atitude de Lutero levou a hierarquia da Igreja a, não só permanecer, mas se firmar na posição de defesa. Pensando pôr freio à avalanche das publicações imorais e heréticas a Igreja proibia universalmente sua leitura. Foi quando em janeiro de 1559, o Papa Paulo IV publicava um “Índice” (INDEX) dos autores e livros, organizado pelo Ofício da Sacra Romana e Universal Inquisição, contra os quais todos e cada um se deviam “precaver”. Coube ao Concílio de Trento (1545-1563) discutir a questão e pelas mãos do Papa Pio IV, foi publicada a constituição apostólica *Dominici Gregis*, no dia 24 de março de 1564.

A *Dominici Gregis* compõe-se de preâmbulo e mais três parágrafos. Segue a mesma estrutura de discurso da constituição *Inter Solllicitudines*.

“Certamente, o concílio Ecumênico Tridentino, assistido pelo Espírito Santo, já declarou e definiu, há pouco tempo o que se referia a manifestação da verdadeira fé e à refutação das presentes heresias, para que todos facilmente pudessem distinguir a autêntica e católica doutrina da falsa e adulterada” (Pio IV, 1564, art.2).

A constituição diz também que foi “considerado que seria um remédio adequado para esse mal compor e publicar o Índice (INDEX) ou catálogo de livros, heréticos ou suspeitos de heresia, ou na certa prejudiciais à piedade e aos costumes”.

Por consequência do *Dominici Gregis*, o Sacro Concílio mandou publicar dez regras ou “normas” de aplicação. As regras mostraram-se de maior importância do que o próprio Índice. Em algumas delas, curiosidades podem ser percebidas. Por exemplo, a regra II privilegiava determinados escritores, proibindo todas as suas obras literárias mesmo as estranhas ao universo religioso. Foram lembrados nesta lista Lutero, Zwinglio, Calvino, Baltazar Pacimontano, Schwenckfeld. Quanto aos outros heresiarcas, seriam liberados os livros que não tratassem de fé e moral, depois de examinados e aprovados.

Já a Regra III dificultava o acesso dos fiéis a textos do Antigo Testamento cuja tradução se autorizaria somente para os homens “doutos e piedosos” a juízo do bispo.

“Até o final do século XIX, as regras estabelecidas ao tempo de Pio IV serão seguidas, aperfeiçoadas, justificadas, estabelecendo os padrões que regularão as regras entre a Igreja Católica e os intelectuais” (Soares, 1988, pág. 47).

Em meio a isso, em 1622 o Papa Gregório XV criou a partir da Encíclica *Inscrutabili* a Congregação *De Propaganda Fide*, responsável pela fé que necessariamente deve ser propagada.

“Ao estabelecimento das normas para o funcionamento da “Propaganda Fidei” a Igreja tomava como referencial a divisão de trabalho estabelecida em fronteiras missionárias como as do Brasil, pela qual o bispo – representante da instância do poder eclesiástico – eram confiados o governo e a vigilância sobre o depósito da fé, enquanto as ordens religiosas – representantes das forças militantes – era permitida a criatividade em suas tarefas de conquistas espirituais” (Soares, 1988, pág. 50).

A palavra "propaganda", nascida do verbo "propagar-se", foi utilizada dessa forma, como substantivo pela primeira vez.

Sollicita ac Provida foi a seguinte constituição feita para retomar e complementar a legislação existente sobre a proibição e censura dos livros, publicada em 25 de março de 1753, pelo Papa Bento XIV.

O Papa não quis mostrar-se insensível às críticas feitas ao INDEX. Ele propôs então que fossem ouvidos os escritores, ao menos os católicos de renome, antes de condená-los.

No documento encontram-se cinco normas que devem ser observadas: no exame das obras, não se busque condenar, mas julgar com equidade; o pessoal da censura seja competente em cada matéria, tenha probidade e pureza de alma; julgar com objetividade e isenção de ânimo, e respeitar o pluralismo legítimo das opiniões; analisar o pensamento do autor no seu conjunto; e saber interpretar com benignidade e no bom sentido.

Não há dúvida de que a constituição *Sollicita ac Provida* avançou em muitos pontos pela tolerância que determinava à prática dos censores. E não deixa de ser um início da abertura e maior compreensão da Igreja quanto ao valor e a importância dos meios de comunicação, no que diz respeito à imprensa escrita.

4.1.1 O nascimento da imprensa

No século XVIII teve a Revolução Francesa que eclodiu em 1789. Entravam em cena os filósofos e ideólogos a lutar pelas liberdades civis e políticas dentre as quais destacava-se a liberdade de pensamento e opinião. Oscar Mombach (1981) diz que os revolucionários da época “Voltaire, Rosseau, Diderot, faziam campanha contra a monarquia tradicional e deste modo, também contra a Igreja, aliada ao “Ancien Régime” ao qual Voltaire chamava “l’infâme”, que era preciso esmagar”.

“É consenso entre os historiadores da comunicação que a Revolução Francesa foi preparada pela imprensa não-periódica, que conseguiu erguer a bandeira da liberdade para a propriedade dos órgãos de informação, colocando-a ao lado das demais liberdades modernas, principalmente a da circulação de idéias” (Soares, 1988, pág. 53).

Soares (1988) afirma ainda que “a Revolução Francesa realizada com violência, impiedade e sacrilégios, será considerada como conspiração contra a Igreja, as instituições, os governos dos reis e a monarquia” (pág. 56).

Em resposta aos atos revolucionários, o Papa Pio VI (1775-1799) se posiciona decididamente contra as liberdades modernas. Seu sucessor, Pio VII (1800-1823), segue o mesmo pensamento sem esquecer a liberdade de imprensa. Na encíclica *Diu Satis*, de 15 de maio de 1800, ele declarou: “Temos que empregar todas as nossas forças, sobretudo para barrar o flagelo que causa as maiores destruições, o contágio dos maus livros”.

Por igual, Gregório XVI, (1831-1846) na encíclica *Mirari Vos*, datada de 15 de agosto de 1832, se pronuncia relembrando “a terrível conspiração dos ímpios” e mostrando a sua posição como Papa.

“[...] A insolência dos ímpios que tentaram, de novo, arvorar a bandeira da rebelião, foi novo motivo de Nosso silêncio. E Nós, ainda que com tristeza indizível, vimo-Nos obrigado a reprimir, com pulso firme, (1 Cor 4,21), a contumácia daqueles homens, cujo furor se exaltava de mais a mais, longe de se abrandar pela constante impunidade e pela Nossa clemência. E desde então podeis muito bem deduzir que Nossos cuidados se tornaram mais constantes” (Gregório XVI, 1832, art. 1).

Ainda na encíclica *Mirari Vos* o Papa declara a “monstruosidade da liberdade de imprensa”:

“[...]Devemos tratar também neste lugar da liberdade de imprensa, nunca condenada suficientemente, se por ela se entende o direito de trazer-se à baila toda espécie de

escritos, liberdade que é por muitos desejada e promovida. Horroriza-Nos, Veneráveis Irmãos, o considerar que doutrinas monstruosas, digo melhor, que um sem-número de erros nos assediam, disseminando-se por todas as partes, em inumeráveis livros, folhetos e artigos que, se insignificantes pela sua extensão, não o são certamente pela malícia que encerram, e de todos eles provém a maldição que com profundo pesar vemos espalhar-se por toda a terra” (Gregório XVI, 1832, art. 11).

Mais de trinta anos depois, já no papado de Pio IX, o segundo mais longo da história (1846-1878), deu-se prosseguimento ao combate aos princípios da civilização moderna. Em 8 de dezembro de 1864, lançou a Encíclica *Quanta Cura*, que retoma o mesmo posicionamento dos demais papas, condenando doutrinas teológicas, filosóficas e sociais contrárias à fé.

“[...] condenamos os erros principais de nossa época tão desgraçada, excitamos vossa exímia vigilância episcopal, e com todo Nosso poder avisamos e exortamos a Nossos delas. [...] Em meio de esta tão grande perversidade de opiniões depravadas, Nós, com plena consciência de Nossa missão apostólica, e com grande solicitude pela religião, pela sã doutrina e pela saúde das almas a Nos divinamente confiadas, assim como até pelo próprio bem da sociedade humana, temos julgado necessário levantar de novo Nossa voz apostólica. Portanto, todas e cada uma das perversas opiniões e doutrinas determinadamente especificadas nesta Carta, com Nossa autoridade apostólica as reprovamos, proscrevemos e condenamos; e queremos e mandamos que todas elas sejam tidas pelos filhos da Igreja como reprovadas, proscritas e condenadas” (Pio IX, 1864, arts. 1 e 7).

A encíclica *Quanta Cura* tem por complemento o documento *Syllabus Errorum* que é como um resumo dos principais “erros da época” listados pelo Vaticano. São 80 tópicos ao todo que condenam, por exemplo, a democracia, o liberalismo, a franco-maçonaria, o socialismo, o anarquismo, o feminismo, o voto universal. Entre os tópicos cabe aqui ressaltar o de número 79, que trata da liberdade de opinião.

“É falso que a liberdade civil de todos os cultos e o pleno poder concedido a todos de manifestarem clara e publicamente as suas opiniões e pensamentos produza corrupção dos costumes e dos espíritos dos povos, como contribua para a propagação da peste do Indiferentismo” (Pio IX, 1864, art. 79).

Leão XIII (1878-1903), no que diz respeito à imprensa, manteve-se coerente com a doutrinação de seus antecessores, de vigilância, defesa e condenações. Entretanto constitui o início de uma abertura de novos rumos para a Igreja em quase todos os setores. Um exemplo dessa “abertura” foi a primeira audiência coletiva concedida por um Papa na história do jornalismo.

Na audiência que ocorreu em 22 de fevereiro de 1879, o Papa Leão XIII lançou um apelo aos jornalistas católicos:

“Estes tempos necessitam do vosso auxílio[...] o costume já universal de editar periódicos converteu-se em uma necessidade. Os escritores católicos terão que trabalhar com todo ardor, para converter em remédio da sociedade e defesa da Igreja, aquilo que os inimigos usam para prejudicar a ambas. Porque sendo católicos, não poderão usar as técnicas e armadilhas que os adversários usam com tanta frequência. Poderão, todavia, igualá-los facilmente na variedade e elegância do estilo e na diligente redação das notícias da atualidade; e até vencê-los através da comunicação de coisas úteis, e sobretudo na verdade[...]” (Leão XIII, 1879).

Há de se ressaltar a importância desse gesto. A aproximação da Igreja com a comunicação outrora apenas condenada.

Entretanto, o documento máximo do pontificado de Leão XIII foi a Constituição *Officium ac Munerum*, de 8 de fevereiro de 1887. O Papa chama a imprensa de “excelente arte”, mas ressalta o problema da “má utilização”.

“No século XV, depois da invenção da imprensa, não somente ocuparam-se dos maus escritos, já existentes, mas também começaram a tomar medidas para impedir a continuidade de publicações de obras desse gênero. Essas precauções eram necessárias, não por motivos sem importância, mas pela conveniência absoluta de proteger a honestidade pública e de assegurar a salvação da sociedade; efetivamente, esta arte, excelente em si mesma fecunda em muitos aspectos, própria para favorecer a civilização cristã das nações, foi rapidamente transformada, por um número considerável, num poderoso instrumento de ruína” (Leão XIII, 1887, art. 3).

Ainda no mesmo documento, Leão XIII faz uma revisão do Index, dando um novo caráter para as regras antes estabelecidas, com também confirma o conteúdo da Constituição *Sollicita Ac Provida*, de Bento XIV.

Nesta primeira parte ressaltam dos aspectos fundamentais: caráter proibitivo e condenatório dos documentos e atitudes da Igreja e a incidência de seus “cuidados e solicitude” sobre os meios de comunicação impressos, os livros e periódicos.

É importante notar que aos poucos a Igreja avançava e mudava sua percepção sobre os impressos, uma vez que perdia o controle da rapidez da difusão desses meios. Mas, em momento algum os papas deixaram de ressaltar que em suas mãos estava o poder de serem guardiões do

“depósito da fé e da verdade” e que disso não abririam mão. “Todavia, se eu tardar, quero que saibas como deves portar-te na casa de Deus, que é a Igreja de Deus vivo, coluna e sustentáculo da verdade” (Tm 3,15).

4.2 OS *MASS MEDIA*

“O que eu vos digo às escuras, dizei-o à luz do dia, e o que escutais ao ouvido, proclamai-o sobre os telhados” (Mt 10,27).

Começa agora a análise dos documentos referentes aos *mass media*, rádio, cinema, televisão. Um período mais curto, mas de fundamental importância para o estudo. Este capítulo se aterá a três documentos, sendo dois pontifícios e um conciliar, que são como um “divisor de águas” no universo dos discursos da Igreja sobre o tema em questão. Nessa fase, esses meios tornaram-se objeto de atenção especial dos Santos Padres, para depois entrar na fase áurea dos meios de comunicação social, com João XXIII, Paulo VI, o Concílio Vaticano II.

Segundo Frei Romeu Dale (1976) “se os papas anteriores tratavam de pôr freio à liberdade desenfreada, desde Pio XI se ocuparam em resgatar a liberdade legítima” (pág 95).

4.2.1 Papa Pio XI e a *Vigilanti Cura*

Pio XI (1922-1939) é o Papa da Ação Católica, por ter criado movimento que visava engajar os católicos na ação social da Igreja, o que cabia ao cristão ser apóstolo em seu meio. Em 12 de fevereiro de 1931, inaugurou a Rádio Vaticano, com um pronunciamento papal. Na alocução do Papa, consta apenas uma menção sobre o invento “admirável” de Guilherme Marconi, entretanto, Pio XI mostra em suas primeiras palavras as vantagens e as dimensões que o rádio pode tomar. “Ouvi isso, ó povos: prestai atenção, vós todos, habitantes do mundo todos juntos ricos e pobres. Ouvi-me povos longínquos, prestai atenção” (Alocução na Rádio Vaticano, radiomensagem de Pio XI). Entretanto, é baseado numa proclamação direcionada aos fiéis, tal qual uma homilia dominical.

A evolução da Igreja nos posicionamentos de Pio XI sobre os meios de comunicação é marcante por sua Encíclica *Vigilanti Cura*, de 29 de junho de 1936. O tema do documento é o Cinema e a Moral Cristã. Nessa época, o cinema já integrava o som.

“Não há hoje um meio mais poderoso para exercer influência sobre as massas, quer devido às figuras projetadas nas telas, quer pelo preço do espetáculo cinematográfico, ao alcance do povo comum, e pelas circunstâncias que o acompanham” (Pio XI, 1936, art. 18).

O documento traz outras reflexões sobre o cinema, trata da significação e importância do meio e mostra a preocupação com a avalanche de filmes considerados moralmente “maus e nocivos”. São citados também os benefícios da “Legião da Decência”, criada pelos bispos da América do Norte, recomendando seu modelo aos bispos do mundo. A Legião da Decência era composta por milhões de católicos que se comprometiam a não assistir a representações cinematográficas que ofendessem a moral cristã e as regras de uma vida honesta.

Na opinião de Kunsch (1988), “Este papa se interessou pessoalmente pela introdução do cinema na sociedade, ao criar, em 1928, a Organização Católica Internacional do Cinema” (pág. 226).

4.2.2 Papa Pio XII e a *Miranda Prorsus*

Com o surgimento da televisão, este meio começou a interessar a Igreja como mais um instrumento a serviço da propaganda religiosa, com missas televisionadas, ou mesmo para receber a bênção do Papa. Quem vive esse momento é o Papa Pio XII (1939-1958). De acordo com Romeu Dale (1976), “dotado de vasta cultura, o Pio XII aprofundou as reflexões sobre a natureza, significação e importância desses meios que vieram revolucionar aspectos básicos da vida cultural moderna” (pág. 116).

Em 17 de abril de 1949 (dia da Páscoa), o Papa concedeu uma entrevista à Radiotelevisão Francesa, esta foi a primeira alocução de um Papa, televisionada ao vivo. No seu pronunciamento o Papa lembrou a primeira vez que um Papa se fez ouvir “até as extremidades do universo” por uma transmissão de rádio. Disse ele:

“Essa Palavra não era mais só lida friamente nas páginas dos jornais: daí por diante a cada um dos seus filhos até o dia em que, já enfraquecida, ela exprimiu a Deus a oferta de sua vida para esconjurar a tormenta que então se anunciava. Nós mesmos, muitas vezes Nos pusemos em contato com o mundo pelo rádio” (Pio XII, entrevista à Radiotelevisão Francesa, 1949).

Sobre a televisão em si, o Papa comentou que esse progresso da ciência serviria como um filho que pode não apenas ouvir sua mãe, “mas contemplar em fim, os traços de seu rosto amado”. Neste caso o Papa referiu-se à Santa Mãe, como é denominada a Igreja. Em seguida Pio XII fala da satisfação da missa de Natal poder ser transmitida pela televisão, uma vez que muitos fiéis “retidos em suas casas por enfermidades” poderiam assisti-la. Essa transmissão é feita até os dias de hoje para o mundo inteiro, na chamada “Missa do Galo” que é celebrada pelo Santo Padre à meia noite do dia 25 de dezembro de cada ano.

Já no ano de 1954, o Papa cria um órgão da Santa Sé para a coordenação das atividades dos católicos no campo da comunicação social: Comissão Pontifícia para o Cinema, Rádio e a TV.

Mas, é no ano de 1957 que Pio XII, lança a encíclica *Miranda Prorsus* sobre os meios de comunicação, onde aborda os três meios de difusão existentes na época. A imprensa e o jornalismo permaneceram, contudo, fora do texto. Pode-se dizer que nesse momento o pensamento pontifício entra na idade adulta. A encíclica contém 37 parágrafos no qual se encontram a análise geral e específica dos meios de comunicação e as linhas mestras de uma época própria, com a exigência fundamental: a serviço do homem na sua totalidade e algumas reflexões básicas no campo da comunicação.

No documento, o Papa trata a liberdade e dos direitos da Igreja de difundir notícias e informações, direitos que reconhece também a sociedade civil, quanto úteis e necessárias ao bem comum.

“A Igreja depositária da doutrina da salvação e dos meios de santificar, goza do direito inalienável de transmitir as riquezas que lhe foram confiadas por disposição divina. A tal direito corresponde por parte dos poderes públicos, o dever de lhe tornar possível o emprego das técnicas de difusão. [...] Ao afirmar os direitos da Igreja, não queremos negar à sociedade civil o direito de difundir as notícias e informações que são necessárias para o bem comum da mesma sociedade” (Pio XII, 1957, art. 9).

Não obstante, chamou à responsabilidade os Poderes Públicos e os grupos profissionais no sentido de que os meios de comunicação social devem estar a serviço da verdade e do bem.

Pio XII elenca em três setores importantes as formas de como as técnicas audiovisuais podem se servir da verdade, são elas: a informação “nunca se deve deixar de fazer caso do aspecto moral de qualquer notícia lançada ao público, porque a relação mais objetiva implica juízos de valor e sugere decisões” (art.14); o ensino “as novas tecnologias oferecem possibilidades ao ensino, mas em especial ousamos esperar que as técnicas de difusão – quer estejam nas mãos do Estado, quer se encontrem confiadas à iniciativa particular – não venham nunca a tornar responsáveis de um ensino sem Deus” (art.15); e o espetáculo “além de se prever espetáculos sadios, há que se preparar o espectador para compreender a linguagem própria de cada uma dessas técnicas diversas e para dispor de tal formação de consciência que lhe permita julgar com ponderação os vários elementos oferecidos pela tela e pelo auto-falante, e, assim defendido, não lhes ir sofrer o passivamente o influxo, como muitas vezes acontece” (art. 17).

Outras considerações de ordem geral são feitas na Encíclica, porém o Papa dedicou parte específica ao cinema, ao rádio e a televisão. O cinema é denominado “instrumento positivo de elevação, educação e melhoramento”, mas apenas quando for indicado lícito para todos. Para isso, o documento trás um parágrafo que trata apenas da classificação moral dos filmes, que seria julgar o conteúdo e a apresentação como o “filme ideal”, que não ofenda a ordem moral, respeitando na aparência os bons costumes e que não contenha elementos contrários à fé cristã.

Ainda sobre o cinema, o Papa fala que embora quem compre o “bilhete” para ver o filme seja o espectador, “grande parte da responsabilidade é dos empresários das salas cinematográficas e dos distribuidores dos filmes”, pois a consciência não lhes devia permitir apresentar filmes contrários à fé e à moral e nem deviam “aceitar contratos que os obrigavam a projetar”. Os atores também receberam, através do documento, recomendações “não podiam prestar-se a interpretar cenas criminosas, nem conceder a sua cooperação a filmes imorais” (arts. 20 ao 27).

Já o rádio “tem o privilégio de se apresentar desligado e liberto daquelas condições de espaço e tempo, que impedem ou retratam todos os outros meios de comunicação entre os

homens”. Aos ouvintes são relatados os seus deveres: apurar a escolha dos programas “a transmissão radiofônica não deve ser um intruso, mas um amigo que entra no lar, mediante convite consciente e livre”; dar a conhecer aos responsáveis dos programas os seus legítimos desejos e as justas objeções; e apoiar as boas transmissões (arts. 28 ao 29).

Quanto à televisão, esta tem “muitas prerrogativas próprias do cinema, enquanto oferece um espetáculo visual de vida e movimento e também participa da natureza e das funções do rádio”. Entretanto a Encíclica não trás as recomendações feitas aos outros meios de comunicação, pois não seria necessário repeti-las, uma vez que elas cabem perfeitamente à televisão. A respeito das missas televisionadas, o Papa adverte que não é a mesma coisa que a “assistência física ao Sacrifício Divino requerida para cumprir o preceito dos dias festivos”.

Sobre as características da televisão é ressaltada a particularidade que o meio tem de poder fazer transmissões ao - vivo, “permitindo assistir de forma simultânea auditiva e visiva, a acontecimentos realizados a distância e no próprio instante em que acontecem.” A Igreja adverte, no entanto, que as pessoas devem tomar muito cuidado com o que entra nas casas por meio da televisão, porque “uma pequena porção de fermento basta para corromper toda a massa” (art. 33 ao 35).

Por fim a *Miranda Prorsus* põe em relevo “os aspectos positivos destes meios modernos e poderosos de difusão, e alertando os seus veneráveis Irmãos no episcopado mundial para os perigos que o uso não reto das técnicas audiovisuais pode construir para a Fé e a integridade moral do povo cristão” (art. 37).

Pode-se concluir, então, que esta Encíclica é um programa de trabalho traçado pela Igreja aos meios de comunicação. Embora muitas das relevâncias feitas no documento não fossem seguidas por quem realmente tem o poder de faze-los acontecer.

4.2.3 Papa João XXIII e o Concílio Vaticano II

No que diz respeito a João XXIII (1958-1963), no campo das comunicações, o Papa significou mais por suas atitudes, do que por suas palavras. Romeu Dale (1976) diz que não se pode esquecer que ele “foi Patriarca de Veneza, cidade sede de um dos mais célebres festivais de cinema”. Realista e objetivo “não era de seu temperamento lamentar a pornografia e a maldade freqüentemente disseminadas através destes meios”.

“O que é preciso, é partir para um trabalho positivo que exige dos católicos nesse campo, uma formação profissional aprimorada e um esforço apostólico que deve estar todo impregnado pelo lema de São Paulo: “fazendo a verdade na caridade” (Frase dita por João XXIII, encontrada no livro de Romeu Dale, 1976, pág 163).

João XXIII iniciou uma verdadeira transformação interna na Igreja Católica convocando o Concílio Vaticano II (1962-1965). Com essa atitude, o Papa foi abertamente condenado pelos conservadores e aplaudido por quem aspirava a uma mudança na Igreja. No Concílio foi criado o Secretariado da Imprensa e dos Espetáculos, presidido por Monsenhor O’Connor, presidente da Comissão Pontifícia para o cinema, o rádio e a TV. Coube ao Secretariado preparar o esquema que, após debates e emendas, defesas e protestos, com 1960 votos a favor e 164 contra, sobre 2124 padres conciliares votantes, veio a ser conhecido Decreto Sobre os Meios De Comunicação Social *Inter Mirifica*.

4.2.4 Papa Paulo VI e o *Inter Mirifica*

Embora o Concílio Vaticano II tenha sido convocado por João XXIII, quem deu continuidade, concluiu e conduziu a implantação da reformas (principalmente litúrgica) na Igreja foi o Papa Paulo VI (1963-1978). Sendo exercida sobre ele as pressões internas de parte de alguns bispos e padres das Igrejas particulares (dioceses) que resistiam ao novo perfil da Igreja.

O decreto foi o segundo dos dezesseis documentos do Concílio tendo sido aprovado em 4 de dezembro de 1963. A constituição conciliar é composta por 24 artigos, sendo dois para a introdução, dez destinados à doutrina, dez à ação pastoral e dois à conclusão. O *Inter Mirifica* é, até hoje, o mais importante documento da Igreja sobre os Meios de Comunicação Social. Dentre todos os documentos citados neste trabalho, nenhum foi tão exaustivamente citado, comentado e contestado.

Já na abertura do documento, o Santo Padre Paulo VI faz a seguinte afirmação:

“A Igreja com este Decreto manifesta sua capacidade de unir a vida interior à exterior, à contemplação à ação, a oração ao apostolado. [...] Os meios de comunicação social são já inseridos como meio e documento no exercício do ministério pastoral e da missão católica no mundo” (Paulo VI, 1963).

Paulo VI decretando *Inter Mirifica* posicionou a Igreja face a diversos princípios doutrinários, expostos no capítulo I.

“Constituída para chegar a todos os seres humanos a salvação de Cristo, Nosso Senhor, A Igreja Católica se vê premida pela necessidade de evangelizar. Compete-lhe anunciar a salvação por todos os meios de comunicação social, lembrando aos seres humanos como usá-los devidamente” (Paulo VI, 1963, art. 3).

O Decreto assinalou os direitos e deveres da Igreja (hierarquia e fiéis), o direito natural de possuir e usar os meios de comunicação social, a obrigação dos pastores de instruir e dirigir os fiéis, a tarefa dos leigos de penetrar os meios de comunicação social de espírito cristão.

Lembrou também a importância e o poder da opinião pública, recordou a todos suas obrigações de justiça e caridade para contribuírem à formação de opinião pública correta.

Chamou à co-responsabilidade a quantos são envolvidos pelos meios de comunicação social. Os receptores (leitores, espectadores, e ouvintes), “tem o dever de evitar o que lhe causa, ou a outrem, prejuízo espiritual, proporciona ocasiões para tanto ou impede a divulgação do que é bom e sadio” (art. 9). Os pais “lembrem que é seu dever impedir que entrem no lar ou cheguem às mãos de seus filhos espetáculos e publicações prejudiciais à fé aos bons costumes” e os filhos “devem habituar-se a usar com moderação e disciplina os meios de comunicação social” (art. 10). Os comunicadores (jornalistas, escritores, diretores, programadores, distribuidores, vendedores e críticos) “é necessário uma declaração das exigências éticas a serem respeitadas na profissão e acatando as imposições das leis morais no que diz respeito ao exercício de sua arte” (art. 11). As autoridades civis “que tem responsabilidade particular neste setor visando o bem comum” (art. 12).

Já o capítulo II é destinado inteiramente para o esclarecimento da correta ação dos pastores da Igreja e aos fiéis:

“Todos os filhos da Igreja colaborem com espírito verdadeiramente comunitário na utilização dos meios de comunicação social para o apostolado. Façam-no sem demora, e com maior empenho, pois se trata de uma tarefa urgente, na qual devem se antecipar às iniciativas contrárias, especialmente nas regiões em que o progresso religioso e a moral mais o exigem” (Paulo VI, 1963, art. 13).

Aos católicos o Decreto pede que estes promovam a Boa Imprensa, sabiam julgar de forma cristã os acontecimentos, apoiem e coordenem as forças e iniciativas dos produtores e, onde for oportuno, estabeleçam emissoras católicas, eficazes e perfeitas.

Reforçou também a necessidade de se instruírem e formarem nas escolas específicas os sacerdotes, os religiosos e os leigos, com acento especial na Doutrina Social da Igreja.

“É indispensável pensar em formar desde cedo sacerdotes, religiosos e leigos que desempenham tais tarefas. É preciso começar por preparar os leigos, do ponto de vista doutrinário, moral e técnico, multiplicando escolas, institutos e faculdades em que jornalistas, autores, cineastas, radialistas, comunicadores de televisão e todo o pessoal necessário recebam uma formação imbuída do espírito cristão, especialmente no que concerne à doutrina Social da Igreja” (Paulo VI, 1963, art. 15).

Recomendou a criação de secretariados nacional e ações internacionais aprovadas pela Santa Sé.

“Visto que o apostolado eficaz no âmbito nacional requer a unidade de orientação e de forças, o Concílio decide estabelecer que se institua secretariados nacionais de imprensa, cinema, rádio e televisão, com a respectiva dotação de recursos. É função desses secretariados cuidar da formação da consciência dos fiéis que usam desses meios, orientar e proteger tudo que seja feito nesse setor pelos católicos. [...] Cada um dos secretariados coopere ativamente com sua respectiva associação católica internacional” (Paulo VI, 1963, arts. 21 e 22).

Por último, determinou ainda a comemoração anual do Dia das Comunicações, a ser celebrado com orações pela causa da Imprensa e estudos específicos.

Apesar de ser um documento breve, o texto conciliar *Inter Mirifica* traz alguns avanços significativos. Em primeira instância o tema da comunicação ganhou cidadania e independência

na Igreja, pois é um dos assuntos julgado essencial à renovação da Igreja. Reconheceu à sociedade o direito à informação e também que é dever de todos contribuir para a formação das retas opiniões públicas. Depois de muitos anos de censura e proibição diante “de um conteúdo duvidoso”, deu preferência à escolha livre e pessoal, em vez da censura prévia. Incluiu, no campo da pastoral dos meios o dever da formação do receptor. E elevou os meios ao lugar privilegiado de instrumentos indispensáveis ao magistério ordinários e ao serviço de evangelização.

4.3 A INSTRUÇÃO PASTORAL *COMMUNIO ET PROGRESSIO*

“É, certamente, o documento da Santa Sé mais valioso, até o momento, e que corresponde às melhores exigências de renovação trazidas pelo Concílio Vaticano II. E que, por isso mesmo, não se apresenta como um texto completo e irreformável” (Dale, 1976, pág 235).

Complementando a afirmação de Romeu Dale, devido à grande importância e riqueza de detalhes da Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, este documento será tratado separadamente em um capítulo.

Após sete anos de estudo a Instrução Pastoral, constituída por 187 artigos, foi promulgada e assinada pelo Papa Paulo VI.

Para começar a expor sobre este documento, cabe antes citar o artigo 23 do *Inter Mirifica*, pois o Concílio estabeleceu que a Santa Sé, com o apoio do seu Secretariado deveria promulgar uma instrução pastoral, com a assessoria de peritos de várias nações. Esta determinação foi cumprida pelo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, criado por meio do *Motu Proprio* (documento escrito pelas próprias mãos de um Papa) de Paulo VI *In Frutibus Multis*, de 7 de março de 1964.

Do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais nasceu, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, lançada em 23 de maio de 1971, que nada mais é do que uma aplicação prática do *Inter Mirifica*. Segundo Romeu Dale (1976), para a elaboração do documento participaram os melhores peritos na matéria, “incluindo representantes de bispos dos cinco

continentes e os presidentes de três organizações católicas internacionais para o setor das comunicações sociais: UCIP, OCIC, UNDA” (pág. 234).

4.3.1 Primeira Parte: Os meios de Comunicação Social, na perspectiva cristã-Elementos Doutrinas

Na primeira parte destacam-se os elementos doutrinários, teológicos da comunicação social e os princípios éticos básicos. O texto diz que o fim principal de toda comunicação é a “união e solidariedade entre os homens” e a compara com a “intercomunicação eterna entre o Pai, o Filho e o Espírito Santo que vivem uma única vida divina” (art. 8). Pode ser encontrada ainda nessa abordagem “A comunicação social à luz do mistério do pecado e da redenção”, “Jesus Cristo como o perfeito comunicador”, “Os frutos da feliz utilização dos meios de comunicação social”, como também o “apelo a uma trabalho conjunto neste campo” (arts. de 6 a 13).

Sobre os princípios éticos básicos, a Igreja chama aos comunicadores “segundo a própria consciência procurar ser competentes, no reto desempenho de sua profissão” (art. 15). E que “toda a comunicação deve obedecer à lei fundamental da sinceridade, honestidade e verdade” (art. 17).

“O mistério e a validade moral de uma comunicação não depende só do assunto ou do conteúdo intelectual, mas também do tom e estilo com que se comunica, da linguagem e meios de persuasão que se empregam, das circunstâncias do momento e, finalmente, do tipo mesmo de público a que se dirige” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 17).

4.3.2 Segunda parte: Os meios de comunicação Social como fatores do progresso humano

Capítulo I - Ação dos Meios de Comunicação na Sociedade Humana

O primeiro capítulo da segunda parte da Instrução Pastoral trata da ação dos meios de comunicação na sociedade humana. Primeiramente, os meios são descritos como “um instrumento de socialização”.

“Os meios de comunicação, com os seus rápidos progressos, vão abatendo barreiras que o espaço e o tempo levantaram entre os homens; apresentam-se, portanto como fatores de proximidade e comunhão. Graças a eles, notícias e conhecimentos de toda ordem circundam continuamente toda a terra, permitindo os homens seguir muito mais ativamente a vida do mundo de hoje” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 20).

A Igreja nunca deixou de abordar a questão da moral no campo dos meios de comunicação social. No caso desse documento, ela alerta para a decadência moral da sociedade da época. Entretanto, não culpa os meios como causa da decadência, mas adverte que “ao propagarem como normais as tendências, contribuem para a aceitação da parte do público” (art. 22).

1. Opinião Pública

Os meios tornam o homem partícipe do drama da humanidade, levando-o à compreensão e à solidariedade. São uma espécie de praça onde as pessoas trocam idéias e opiniões, contribuindo assim à criação da opinião pública, eco natural dos acontecimentos e situações atuais que repercutem no espírito e na razão do homem.

O documento afirma que a liberdade é a condição essencial para a existência da opinião pública. Não obstante, diz também que nem sempre a opinião da maioria quer dizer que seja a mais válida.

No que diz respeito à opinião pública e à propaganda é ressaltado que só “serão lícitas as campanhas e propagandas na medida em que os seus objetivos e métodos sejam conformes à dignidade do homem, estejam ao serviço da verdade”. Pois “existem tipos de propagandas inadmissíveis e diretamente opostos ao bem comum, que usam métodos de persuasão onde uma resposta de opinião pública e aberta não é possível” (arts. 29 e 30).

2. Direito à informação e direito de informar

Já João XXIII e Paulo VI proclamaram abertamente que é essencial ao indivíduo o direito à liberdade de opinião e o direito à informação. Que, inclusive, “implicam-se mutuamente”, como diz a *Communio et Progressio*. Para isso, de acordo com o texto, o homem precisa de informação completa, honesta e precisa. “A própria sociedade, para que em todas as suas dimensões seja convenientemente organizada, necessita de tal acesso ao conhecimento da realidade e de cidadãos bem informados” (art. 35).

Ao jornalista que tem “por profissão informar ao público”, deve ser garantida “a todo custo” sua segurança, que o permita seguir e relatar os acontecimentos atuais. Entretanto, complementa citando a dificuldade com respeito à pressa na difusão de notícias. A necessidade do inédito e a concorrência com outros meios de informação. O documento adverte que “tal pressa, embora necessária, pode por vezes impedir o cuidado e a fidelidade da narração” (art. 39). Ainda ao repórter este “não deve ceder à tentação do sensacionalismo, dando demasiado realce a certas notícias, tirando-as do seu contexto, ou exagerando-as de qualquer modo” (art. 40).

Os destinatários por sua vez têm o “direito e o dever de exigir a retificação rápida e clara duma notícia falsa ou alterada, de assinalar possíveis omissões ou de protestar, sempre que um acontecimento é desvirtuado ou fora do contexto” (art. 41).

Sobre os limites do direito à informação o documento diz:

“O direito à informação tem que ser limitado sempre que outros direitos se lhe opuserem. Por exemplo: O direito da verdade, que protege o bom nome dos indivíduos e da sociedade; o direito que têm os indivíduos e famílias a que a sua vida privada seja respeitada; o direito ao segredo, se as necessidades, o dever profissional ou o bem comum o exigem” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 42).

3. Educação, cultura e tempo livre

Os meios de comunicação social têm enorme influência na educação, uma vez que os videocassetes, o rádio e a televisão tornaram-se instrumentos de ensino possibilitando maior divulgação dos especialistas (art. 49).

Através desses meios, qualquer homem poderá enriquecer também sua cultura, “contanto que mantenha sempre uma atitude crítica” perante o que é transmitido. Além do enriquecimento humano, os *mass media* contribuem para “vincar em cada nação o sentido da própria identidade cultural e possibilitam que também outras regiões ou culturas os possam apreciar” (art. 51).

Sobre o tempo livre, o homem que dedica muito tempo aos meios, deve tomar cuidado em “facilmente ficar impedido de ocupar as suas capacidades em objetivos mais exigentes.”

4. Gêneros artísticos

É oportuno recordar a preocupação relativamente aos gêneros artísticos no seu confronto com a moral, uma vez que os valores morais e artísticos não podem excluir-se, mas exigem-se mutuamente. O documento não exige que os comunicadores sejam moralistas, mas, descobrindo o maravilhoso campo da luz além do mistério da vida humana, lembrem-se que o bem e o belo são reflexos da divindade no homem, e que juntamente com a verdade, o identificam com seu divino modelo, identificação esta que constitui o ápice de perfeição humana (arts. 54 ao 58).

5. Publicidade

No campo da publicidade algumas questões são primordiais. Num primeiro lugar cabe ressaltar os seus “múltiplos benefícios”, entre informar os compradores sobre gêneros e serviços que se encontram no mercado e promover maior distribuição dos produtos. Não obstante, que fique sempre “salvaguarda a liberdade de escolha” (art. 59).

Mas, não são só benefícios que circundam este campo.

1. os anúncios publicitários podem aconselhar produtos nocivos ou totalmente inúteis; podem fazer promessas falsas acerca do produto a vender;
2. estimulam necessidades falsas;
3. e exploram o instinto sexual para fins comerciais ou para influenciar o subconsciente (arts. 60 e 61).

Ainda sobre os pontos negativos da publicidade o maior prejuízo que ela pode causar é a ameaça a liberdade dos meios de comunicação.

“Pois por um lado é verdade que estes só podem muitas vezes subsistir economicamente devido aos subsídios da publicidade, o que, por outro lado vai abrir a porta aos monopólios, prejudicando o direito à informação e dificultando o intercâmbio e o diálogo social” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 62).

Capítulo II - Condições ideais para a sua ação

1. Formação

Urge a necessidade dos “comunicadores e ouvintes ou espectadores instruírem-se e saberem utilizar todos os recursos dos meios de comunicação, tendo em conta as responsabilidades individuais e coletivas de cada um” (art. 63).

O documento ressalta, que trabalham, às vezes, no campo das comunicações pessoas que não tiveram a devida formação profissional. Então, “quem trabalha neste domínio, deve procurar a especialização teórica e prática correspondente e, mesmo obter altos graus académicos das Faculdades de meios de comunicação” (art. 71). Aos receptores em geral e, em particular a juventude aconselha a formação do senso crítico, com o auxílio dos pais.

2. Oportunidades e obrigações

Aos comunicadores o documento procura lembrá-los de sua missão, no caso, “estimular o diálogo que já existe na sociedade”. Expõe sobre a importância da exigência do público em

geral, tal como procurar prever qual será o público-alvo, a fim de identificar-se com ele (art. 73-74).

A abrangência do *mass media*, que atinge número incontável de receptores e tem um poder imenso de influência denota grande responsabilidade ao comunicador, que tem nas suas mãos “um dos maiores estímulos de progresso e felicidade entre os homens” (art. 76).

Assinala também a importância da crítica como um papel indispensável na comunicação. “Para que se conserve um alto nível profissional e moral e para o estímulo aos mesmos comunicadores” (art. 78).

Recomenda às Associações de Comunicadores a elaboração de um Código de Ética Profissional e a organização de Sindicatos de Classes reconhecidos em lei, para o gradativo aperfeiçoamento da tarefa de comunicar (art. 79).

Os que recebem a comunicação, tem por papel ativo melhorar a qualidade das transmissões. “Se o público se limita, com efeito, a receber, passivamente, as comunicações, inúteis serão os esforços dos comunicadores para estabelecer um diálogo e teremos corrente de um só sentido” (art. 81). Isso seria feito através de críticas bem construídas, “sem medo de manifestar suas reservas, acordo ou completo desacordo com as comunicações recebidas”.

3. Cooperação

A cooperação é desejada mesmo entre os cristãos (inclusive não católicos) e homens de boa vontade, devendo estender-se ao âmbito internacional, em que países desenvolvidos assessorem com seu “know-how” aos menos desenvolvidos, lembrados todos de que o desenvolvimento “é o novo nome da Paz”, segundo a expressão de Paulo VI.

“É necessário que as nações bem preparadas tecnicamente dêem ajuda, também neste campo da comunicação social. O auxílio consistirá, sobretudo, na formação de peritos e na assistência técnica. Lembrem-se que a própria responsabilidade não acaba com as próprias fronteiras, mas se estende à toda humanidade” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 93).

4.3.3 Terceira parte: Empenho dos católicos no campo dos meios de comunicação

Capítulo I - Benefícios que podem prestar os católicos à Comunicação Social

O documento realça os benefícios que os católicos podem prestar à Comunicação Social, marcando nela presença, imprescindível, da Igreja através de peritos leigos, sacerdotes e religiosos formados também, quanto possível, em cursos de comunicação de nível universitário.

“[...] todos os que têm responsabilidade no seio do Povo de Deus são convidados insistentemente a escrever na imprensa, e participar em emissões radiofônicas e televisivas (art. 106). Durante a sua formação, os futuros sacerdotes, religiosos e religiosas devem conhecer a incidência dos meios de comunicação social na sociedade, bem como a sua técnica e uso” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 111).

Capítulo II – Benefícios que podem prestar os meios de comunicação social

1. Opinião pública e mútua comunicação na vida da Igreja

Paralelamente, acena com os benefícios que os Meios de Comunicação podem prestar aos católicos, promovendo diálogo e a mútua união deles na vida da Igreja e seu diálogo com o mundo.

“Como corpo vivo, a Igreja necessita de uma opinião pública para alimentar o diálogo entre os seus membros, condição do progresso no seu pensamento e ação” (art.115). [...] “Quem ocupa posições responsáveis na Igreja deve anunciar plena e integralmente a verdade, pelos meios de comunicação, e esforçar-se por dar uma imagem autêntica da vida da Igreja”(Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 123).

Como síntese o documento ressalta que os meios de comunicação devem prestar um tríplice serviço à Igreja:

“Possibilitam a sua manifestação ao mundo; promovem, no seio da mesma Igreja, o diálogo; finalmente põem-na ao corrente da mentalidade dos homens de hoje, aos quais deve anunciar o Evangelho, mas usando uma linguagem compreensível ao mundo e

partindo da problemática que agita o gênero humano” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 125).

2. Utilidades dos meios de comunicação para a propagação do evangelho

Cristo mandou aos apóstolos e seus sucessores que ensinassem a “todas as nações” (Mt 28,19), que fossem “a luz do mundo” (Mt 5,14), que proclamassem o evangelho em todo tempo e lugar.

“Também o nosso trabalho apostólico atual deve usar as mais recentes descobertas da técnica. De fato seria impossível, hoje em dia cumprir o mandato de Cristo sem utilizar as vantagens oferecidas por estes meios que permitem levar a mensagem a um número muito superior de homens” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 126).

Capítulo III – Papel e iniciativa dos católicos nos diferentes meios de comunicação

1. Imprensa

A imprensa é importante devido à grande variedade e riqueza dos assuntos tratados, podendo descer até a descrição detalhada dos acontecimentos, explicando-os e comentando-os, o que suscita a curiosidade e a reflexão do leitor. E muitas vezes é procurada como um complemento à rápida e curta difusão das notícias televisionadas ou radiofônicas.

Por isso, “os jornais e revistas periódicas católicas podem ser um bom instrumento para levar o mundo ao conhecimento da Igreja e a Igreja ao conhecimento do mundo” (art. 137). À imprensa católica compete “comentar e, se necessário, corrigir notícias e comentários referentes à fé e vida da Igreja” (art. 138).

O documento recomenda que a imprensa católica deve “dispor de agências de informação” (art. 139) e que os fiéis sejam convidados a “ler regularmente publicações católicas, para olharem os acontecimentos do mundo com um olhar cristão” (art. 140).

2. Cinema

“Muitos são os filmes que põem os grandes recursos do cinema ao serviço de assuntos que fomentam o progresso humano e os valores espirituais” (art. 144).

Esse artigo da Instrução Pastoral traz à tona uma obra recente do cinema americano do ator e diretor Mel Gibson “A paixão de Cristo”, uma reprodução fiel dos textos bíblicos que narram a paixão, crucificação e morte de Jesus Cristo.

O filme teve repercussão em nível internacional e diversas críticas no campo cinematográfico. Mas, foi amplamente recomendado pela Igreja para que os fiéis pudessem ver a realidade do sofrimento de Cristo. “Obras de tal gênero são dignas de todo louvor” (art. 144).

Outro filme, que não tem contexto religioso, chamado “A vida é bela”, foi recomendado pelo Papa João Paulo II. Segundo o Papa, o filme retrata perfeitamente a relação entre Deus, que é pai e o homem, que é seu filho adotivo.

3. Rádio e Televisão

Já a característica mais importante do rádio e da televisão é “ter entrada franca nas casas e, por isso, absorver um público imenso. Sem contar a possibilidade de gravar e retransmitir os programas” (art. 148).

Os aspectos religiosos sobre esses meios são muitos. Entre eles a utilidade dos programas religiosos para as pessoas doentes e idosas “que não podem participar diretamente da vida litúrgica”, oferecem um elo de relação do homem com a Igreja, como “alimento espiritual” e ainda levam o “evangelho às regiões onde a Igreja ainda não existe” (art. 150).

4. Teatro

Um dos mais antigos e expressivos meios de comunicação humana é o teatro. Ele é bem querido pela Igreja, uma vez que “nas suas origens, estava muito relacionando com manifestações de caráter religioso” (art. 158).

“Também, atualmente, os cristãos devem mostrar interesse semelhante de modo a poderem usar suas grandes possibilidades. Encoragem-se os autores dramáticos a tratar as grandes preocupações religiosas do nosso tempo. O que, certamente, contribuirá para que os mesmos assuntos sejam também tomados pelos outros meios de comunicação” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 161).

Capítulo IV – Equipamento pessoal e organização

Vale ressaltar deste capítulo três aspectos fundamentais. O documento diz que:

“Todos os cristãos devem colaborar, espiritual e materialmente, a fim de que a função da Igreja neste campo seja facilitada com a aquisição de modernos recursos técnicos. Estes revelam-se indispensáveis, hoje em dia, para a propagação do evangelho, esclarecimento das consciências, promoção de obras sociais” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 163).

O próximo capítulo deste trabalho trará um exemplo do uso dos meios de comunicação pela Igreja no Brasil. A obra Canção Nova, só sobrevive por que conta com 600 mil sócios que colaboram financeiramente para manter todos os meios no ar.

“Os organismos e empreendimentos católicos que trabalham no campo da comunicação social com objetivos pastorais devem ser servidos por pessoal bem preparado. A preparação profissional deste pessoal, eclesialístico ou leigo, deve ser um dos principais cuidados dos responsáveis neste campo” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 164).

A Canção Nova paga aos membros cursos de especialização em nível superior na área de comunicação, para que a qualidade do trabalho da obra possa ser cada vez maior. Se, por ventura, dentre os membros consagrados não tiver alguém ainda especializado, a Canção Nova contrata esse pessoal.

“As autoridades eclesialísticas encorajem aquelas iniciativas que os católicos e as suas associações, livre e espontaneamente, empreendem. (art. 166) [...] Os Bispos empenhem-se, com a colaboração de sacerdotes e leigos, pelo trabalho apostólico no domínio da Comunicação Social” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1971, art. 168).

O nascimento dessa obra se deu por intermédio do bispo de Lorena, Dom Antônio, que os encorajou a se lançar nos meios de comunicação. Tal como o documento ressalta.

A instrução não se auto define, não quer ser um fim, mas o principio de nova e fase da presença e atuação da Igreja nos meios de comunicação social.

4.4 OS DOCUMENTOS DA IGREJA NO PONTIFICADO DE JOÃO PAULO II

Para abordar os documentos da Igreja lançados no pontificado de João Paulo II (1978-2005) é importante fazer um breve resgate da notável presença do Papa na imprensa mundial. Nesse momento, não só a Igreja se utiliza dos meios de comunicação, como ela se torna, por meio do Papa, pauta da mídia como um todo.

4.4.1 O Papa da mídia

Na vida e na morte, o Papa João Paulo II entrou para a história como o "homem da mídia". Nas aparições públicas, viagens, missas e encontros, além da companhia dos fiéis, o Papa sempre esteve acompanhado pela imprensa mundial. Uma mídia com olhos bem-abertos, por meio de lentes fotográficas e câmeras filmadoras. Incluindo os jornais, revistas e livros publicados da biografia do líder religioso. A imprensa fez de tudo para registrar cada palavra, gesto e ação do pontífice mais fotografado, filmado e comentado da história.

O polonês Karol Wojtyla se tornou um ícone popular, aliado às influências religiosas e políticas, ao discurso pela paz entre os povos e religiões e às demonstrações de carisma e determinação. No período do pontificado de João Paulo II, somado aos momentos anteriores e posteriores da sua morte, pode-se dizer que o Papa esteve “onipresente” eletronicamente nos quatro cantos da terra, por intermédio da imprensa.

O que poderia ser considerada uma invasão de privacidade explorada pela mídia, com o Papa João Paulo II foi diferente, pois não fugia e nem se escondia da imprensa.

Em sua última aparição em público, em 6 de abril deste ano, mesmo com estado de saúde crítico, o momento se transformou numa mensagem de dor e agonia, quando tentava dar a bênção *Urbi et Orbi* ante uma multidão que clamava por seu nome, na praça de São Pedro.

Certamente, não foi somente a multidão que gritava pelo nome de João Paulo II. A imprensa esperava em prontidão por uma pequena aparição, talvez a última, como assim aconteceu, suficiente para captar as palavras e gestos da fragilidade do Papa.

Após essa aparição de João Paulo II a imprensa mundial não mudou de postura, como até chegou noticiar a morte do Papa, prematuramente, um dia antes de seu falecimento. A justificativa à guerra pelo furo jornalístico girava em torno de que a notícia teria vindo da própria imprensa italiana.

Depois de confirmada a morte do Papa oficialmente pelo Vaticano, a imprensa acompanhou cada passo das exéquias (funerais) até próximo ao enterro (não houve presença jornalística no local do sepultamento). Uma cobertura jamais vista em outra ocasião fúnebre, superando a cobertura do casamento e dos funerais da princesa Diane (1997). A imagem do ex-presidente do Estados Unidos Bill Clinton, o atual presidente, George W. Bush, e seu pai, George Bush, ajoelhando-se durante o velório em frente ao esquife, foi capturada pela imprensa e divulgada ao mundo inteiro.

A cobertura jornalística massiva estendeu-se até o Conclave que elegeu o cardeal Alemão J. Ratzinger, em 19 de abril de 2005, que adotou o nome de Papa Bento XVI.

4.4.2 Na era da internet

Nos 26 anos do pontificado de João Paulo II a Igreja não se absteve de abordar o tema das comunicações sociais e tratou várias questões, tais como: a pornografia e a violência nos *mass media*, ética, colaboração ecumênica, o novo meio: a internet e o rápido desenvolvimento dos meios.

Na Carta Encíclica *Redemptoris Missio*, o Papa definiu os *mass media* como:

“O primeiro areópago dos tempos modernos, declarando que não é suficiente, portanto usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário

integrar a mensagem nesta “nova cultura”, criada pelas modernas comunicações” (João Paulo II, 1990, art. 37).

4.4.3 Pornografia e Violência nas Comunicações Sociais – Uma resposta pastoral

Lançado pelo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, em 7 de maio de 1989, o documento “Pornografia e Violência nas Comunicações Sociais” tem por objetivo dar uma resposta pastoral à crescente difusão da pornografia e a generalização da violência nos meios de comunicação social. “Que têm mostrado, freqüentemente, comportamentos violentos ou de sexualidade permissiva que quase chegam ao umbral da pornografia e que são moralmente inaceitáveis” (art. 5).

O documento ilustra os efeitos mais graves da pornografia e da violência sobre o indivíduo e sobre a sociedade, bem como assinala as causas principais dos problemas “tal como hoje se apresenta”. Depois indica “os passos necessários” que devem dar os comunicadores profissionais, os pais e educadores, a juventude e o público em geral, as autoridades civis e eclesiais, as organizações privadas e religiosas, para que “apliquem o remédio necessário”.

Segundo o documento, entende-se por pornografia e violência:

“A violação, por meio do uso de técnicas audiovisuais, do direito à privacidade do corpo humano em sua natureza masculina e feminina, violação que reduz a pessoa humana e o corpo humano a um objeto anônimo, destinado a uma má utilização, com a intenção de obter gratificação concupiscente. A violência neste contexto pode ser entendida como a apresentação destinada a excitar os instintos humanos fundamentais para atos contrários à dignidade da pessoa, e que descreve a força física intensa exercida de maneira profundamente ofensiva e, amiúde, passional” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1989, art. 9).

Sobre as causas do problema o documento aborda diversos aspectos. O benefício econômico seria o primeiro deles, uma vez que “a pornografia é uma indústria lucrativa” e de exploração à “debilidade humana”; a ausência de leis cuidadosamente preparadas ou a sua não aplicação; e a confusão e apatia por parte de muitos membros da comunidade religiosa, “que se

consideram erroneamente, alheios à problemática da pornografia e da violência nos *mass media*, ou sem a possibilidade de contribuir para a solução do problema (art. 20).

Já a resposta ao problema faz referência aos sete setores que têm especiais responsabilidades nessa matéria. Aos profissionais da comunicação recomenda-se, com insistência, a elaboração de códigos de ética; os pais são convidados a se esforçarem numa educação que priorize a formação moral dos jovens; aos educadores pede-se a colaboração na formação moral com os pais; os jovens, contribuirão para pôr muros ao avanço da pornografia e violência; já o público não se deve calar, mas sim fazer ouvir a sua voz; a autoridade pública é chamada a dar uma resposta ao problema da pornografia. Por fim à Igreja e aos grupos religiosos consiste no ensinamento constante e claro da fé e da objetiva verdade moral.

4.4.4 Critério de Colaboração Ecumênica e Inter-religiosa nas Comunicações Sociais

Ainda no ano de 1989, mais precisamente no dia 4 de outubro, o Pontífice Conselho para as Comunicações Sociais lançou o documento que estabelece o “Critério de Colaboração Ecumênica e Inter-religiosa nas Comunicações Sociais”.

“O testemunho da fé no interior do diálogo público dos meios de comunicação social desenvolve-se em condições que empenham os cristãos a se unirem mais profundamente na sua ação comunicativa e a se concentrarem mais diretamente com as outras religiões da humanidade, a respeito da sua presença comum a serviço das comunicações” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1989, art. 1).

Em primeira instância o documento ressalta a importância da colaboração ecumênica, uma vez que o “acesso às comunicações é previsto pelos responsáveis dos meios públicos ou comerciais somente no quadro de um acordo entre as confissões ou as religiões que desejam participar do diálogo público” (art. 2).

Entretanto o documento se refere apenas à colaboração concreta e não contempla questões sobre o diálogo doutrinal nas emissões ou produções comunicativas.

A colaboração ecumênica seria, no caso, oferecer ao mundo um testemunho comum de Deus. Visando o espírito de reciprocidade como a participação de comunicadores católicos nas produções das outras igrejas e comunidades cristãs, como também a colaboração de outros cristãos em certos programas católicos.

Tal reciprocidade se daria nas questões práticas sobre a “organização do apostolado das comunicações, como também nos distintos meios econômicos colocados à disposição” (art. 10). “Seria igualmente útil uma colaboração entre os cristãos principalmente quanto ao uso comum dos satélites, das redes via cabo, dos banco de dados e, globalmente, da informática começando pela compatibilidade dos sistemas” (art. 14).

“A aplicação prática destes critérios gerais supõe um conhecimento profundo e uma prática fiel da própria fé. Supõe também uma confiança e um conhecimento recíprocos entre os católicos, outros cristãos e membros de outras religiões, baseado no respeito mútuo visando uma proposta em comum das iniciativas de comunicação. Isto requer por parte dos organismos católicos de comunicação e dos católicos comprometidos com ela, dar uma informação veraz e objetiva sobre as outras religiões da humanidade. Esta obrigação nunca pode impedir que se apresente o específico da mensagem católica em toda sua plenitude” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 1989, art. 19).

4.4.5 Igreja e Internet

Foi no período em que João Paulo II esteve na direção da Igreja que ocorreu o advento da era tecnológica dos computadores, tal como o surgimento e a difusão da internet.

Por isso, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais lançou, em 22 de fevereiro de 2002, um documento específico sobre este novo meio, chamado “Igreja e Internet”, que considera implicações da internet para a religião e, de maneira especial, para a Igreja Católica.

Segundo o documento, a internet contribui para promover transformações revolucionárias no comércio, na educação, na política, no jornalismo e nas relações transnacionais e interculturais, mudanças estas que se manifestam não só no modo de os indivíduos se comunicarem entre si, mas na forma das pessoas compreenderem a sua própria vida.

Devido às transformações que este meio pode causar na vida das pessoas, a Igreja não pode, assim como com os demais *mass media*, deixar de se utilizar dele.

“Considerem-se as capacidades positivas da internet de transmitir informações religiosas e ensinamentos para além de todas as barreiras e fronteiras. Um auditório tão vasto estaria além das imaginações mais ousadas daqueles que anunciaram o Evangelho antes de nós. Os católicos não deveriam ter medo de abrir as portas da comunicação social a Cristo, de tal forma que a Boa Nova possa ser ouvida sobre os telhados do mundo”! (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 2002, art. 4).

Nesse sentido, para que o anúncio da Boa Nova chegue eficazmente às pessoas que são formadas por uma cultura dos *mass media*, é necessária cuidadosa atenção às características singulares dos próprios meios de comunicação.

De modo especial a Igreja ressalta a importância da comunicação que é feita para o jovem, “que se encontram mergulhados na experiência desta nova tecnologia” (art. 5).

Dentre os benefícios peculiares da internet no âmbito religioso o documento destaca o acesso imediato a importantes recursos religiosos e espirituais, livrarias grandiosas, museus e lugares de culto, os documentos do ensino do Magistério, os escritos dos padres e doutores da Igreja, assim como a sabedoria religiosa de todos os tempos. Sob outro aspecto, comenta que a internet tem a impressionante capacidade de ultrapassar a distância do isolamento, “levando os indivíduos a entrarem em contato com as pessoas de boa vontade que nutrem os mesmos interesses e que participam nas virtuais comunidades de fé para se encorajarem e auxiliarem umas as outras” (art. 5).

No entanto a internet (campo virtual) é o inverso da Igreja (templo, campo real). Por isso, o documento deixa bem claro que o espaço cibernético “não pode substituir a comunidade interpessoal concreta” inclusive quando se trata dos sacramentos, como por exemplo a liturgia (missa).

“A realidade virtual não substitui a presença real de Cristo na Eucaristia, a realidade ritual dos outros sacramentos e o culto compartilhado no seio de uma comunidade

humana feita de carne e sangue. Na Internet não existem sacramentos, e até mesmo as experiências nela possíveis pela graça de Deus, são insuficientes, dado que se encontram separadas da interação do mundo real com outras pessoas de fé” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 2002, art. 9).

A internet também é vista como um instrumento de comunicação interna da Igreja. A Santa Sé que atua há anos nesse setor, encoraja as paróquias, dioceses, congregações religiosas e instituições ligadas à Igreja a entrar no campo cibernético o quanto antes.

4.4.5.1 Problemas no campo cibernético

O documento alerta que entre os problemas específicos apresentados pela Internet encontra-se a presença de *sites* que instigam ao ódio, “destinados a difamar e a atacar os grupos religiosos e étnicos. Alguns estão orientados contra a Igreja Católica” (art. 8).

Outro problema é a proliferação de *web sites* que se definem a si mesmos como católicos. Interpretações doutrinárias “errôneas”, práticas devocionais idiossincrásicas e colocações ideológicas que não correspondem à fé católica podem ser divulgadas nesses *sites* como posições legítimas da Igreja confundindo, assim, os fiéis. A solução recomendada pela Igreja é a seguinte:

“Um sistema de certificação a níveis local e nacional, sob a vigilância dos representantes do Magistério, pode ser útil no que tange os dados de natureza especificamente doutrinária ou catequética. Aqui, não se tem a intenção de impor uma censura, mas de oferecer aos usuários da Internet uma guia fidedigna no que se refere às posições autênticas da Igreja” (Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, 2002, art.11).

4.4.5.2 Recomendações

Assim como na maioria dos documentos sobre comunicação social a Igreja faz recomendações a todas as pessoas envolvidas no campo dos *mass media*, nesse não é diferente.

Cabe ressaltar a recomendação feita aos pais. Estes têm a séria obrigação de orientar e vigiar sobre o uso que seus filhos fazem da internet. “A vigilância dos pais deveria prever

também o recurso à tecnologia dos filtros, a usar nos computadores disponíveis para os pais e filhos, em ordem de protegê-los na medida do possível contra a pornografia, as ameaças sexuais e outras insídias” (art 11).

Aos jovens do bom uso da internet eles são “devedores de si mesmos”. Pois a internet põe ao alcance dos jovens, cuja idade é “inusitadamente precoce”, imensa capacidade de fazer tanto o bem quanto o mal, para si mesmo ou para os outros.

Às pessoas de boa vontade (todas aquelas que desejam fazer bom uso da internet) o documento sugere algumas virtudes: prudência em observar claramente quais são as implicações da internet, ou seja o potencial para o bem e o mal; justiça de maneira especial para eliminar a divisão digital, “o fosso das pessoas ricas de informação e as outras que são pobres de informação”; fortaleza e coragem para “defender a verdade diante do relativismo religioso e moral, o altruísmo e a generosidade perante o consumismo individualista, e o decoro face a sensualidade e ao pecado”; e por fim, a temperança que o faça ter disciplina perante esse instrumento tecnológico, a fim de o “utilizar de maneira sábia e exclusivamente para o bem” (art. 12).

4.4.6 O Rápido Desenvolvimento

A carta apostólica “O Rápido Desenvolvimento – Aos responsáveis pelas Comunicações Sociais”, é o último documento lançado no papado de João Paulo II, datada de 24 de janeiro de 2005. Em particular esse documento é essencialmente doutrinal e de cunho bíblico não tratando os meios em si, mas a sua relação com o universo da Igreja.

O estudo dos documentos da Igreja neste trabalho tem logo no início essa citação: “A Igreja sente que o uso das técnicas e das tecnologias da comunicação contemporânea é parte integrante da sua missão no terceiro milênio” (art. 2). A partir dela podemos notar a gigantesca distância sobre o pensamento e conseqüente posicionamento da Igreja sobre os meios de comunicação social. A Igreja que outrora censurava, hoje tem os *mass media* como parte integrante de sua missão.

O documento faz um resgate da comunicação na história da salvação do homem, afirmando que também a mídia tem necessidade da redenção de Cristo.

“[...] os *mass media* revelam-se uma oportunidade providencial para alcançar os homens em todas latitudes, superando barreiras de tempo, de espaço e de língua formulando nas modalidades mais diversas os conteúdos da fé e oferecendo, a todos os que procuram, metas seguras que permitam entrar em diálogo com o mistério de Deus plenamente revelado em Jesus Cristo” (João Paulo II, 2005, art 5).

Assim, nos meios de comunicação a Igreja encontra ótimo apoio para a difusão do evangelho, para promover o diálogo e a cooperação ecumênica e inter-religiosa, como para “difundir aqueles princípios sólidos que são indispensáveis para construir uma sociedade respeitadora da dignidade da pessoa humana e atenta ao bem comum” (art. 7).

Por fim é interessante ressaltar um trecho do último artigo da Carta Apostólica:

“Aos trabalhadores da comunicação, e principalmente aos crentes comprometidos neste importante âmbito da sociedade, repito o convite que desde o início do meu ministério de pastor da Igreja Universal quis fazer ao mundo inteiro: Não tenhais medo!” (João Paulo II, 2005, art. 14).

5 A OBRA CANÇÃO NOVA : MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – “NOSSA MISSÃO”

5.1 UM BREVE RESUMO

“No nosso século tão marcado pelos *mass media* ou meios de comunicação social, o primeiro anúncio, a catequese ou o aprofundamento ulterior da fé não podem deixar de se servir destes meios conforme já tivemos ocasião acentuar. Postos ao serviço do Evangelho, tais meios são suscetíveis de ampliar, quase ou até o infinito, o campo para poder ser ouvida a Palavra de Deus e fazem com que a Boa Nova chegue a milhões de pessoas. A Igreja se sentiria culpável diante de seu Senhor, se ela não lançasse mão desses meios potentes que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados. É servindo-se deles que ela ‘apregoa sobre os telhados’ a mensagem de que ela é depositária. Neles ela encontra uma versão moderna e eficaz do púlpito. Graças a eles consegue falar às multidões” (Paulo VI, 1975, art.45).

Foi por meio desta motivação retirada do pontífice documento *Evangelii Nuntiandi* (Evangelificação no mundo contemporâneo), sob o título: A utilização dos meios de comunicação, que surgiu a obra Canção Nova. O *Evangelii Nuntiandi* foi escrito durante um sínodo da Igreja Católica Apostólica Romana e foi publicado pelo então Papa Paulo VI, no dia 8 de dezembro de 1975. Enviado aos bispos do mundo inteiro, Dom Antônio, bispo de Lorena (SP), impressionado com o conteúdo do documento chamou Jonas Abib, padre, e ordenou: “Comece alguma coisa! Há muito para se fazer. Mas temos que começar por alguma coisa, então comece por isto”.

A partir deste desafio, lançado pelo bispo de Lorena, padre Jonas que até então trabalhava com encontros para jovens, conclamou estes mesmos para o cumprimento da determinação do bispo, lançando-se nos meios de comunicação. A princípio a obra começou a ser realizada através de uma rádio. Inaugurada no dia 25 de maio de 1980, a rádio Canção Nova foi para o ar, com o “slogan” de ser uma rádio familiar que deseja levar a proposta de uma nova vida ao mundo.

Embora o padre Jonas e a comunidade pensassem que com a rádio funcionando estariam cumprindo a vontade de Deus, Ele queria mais. Foi então que, segundo o padre Jonas, “o Senhor revelou a Sua verdadeira vontade”. Evangelizar através do sistema de televisão. Em 8 de dezembro de 1989, a TV Canção Nova torna-se uma realidade no Brasil, um pouco tímida com uma transmissão que atingia somente Cachoeira Paulista. Entretanto, atualmente conta com cinco

produtoras instaladas nas cidades de Cachoeira Paulista – SP, Aracaju- SE, Fortaleza – CE, Rio de Janeiro – RJ e Brasília – DF. A Canção Nova atinge todo o território nacional com seus sinais através de antenas parabólicas, 127 operadoras de TV a cabo e 209 repetidoras. O sinal da TVCN consegue atingir ainda o continente americano, a Europa Ocidental e a África do Norte através do sistema de satélites e TVs a cabo.

A programação da TVCN abrange diferentes gêneros e formatos com informação, saúde, cultura, educação, lazer, entretenimento e, principalmente, formação cristã e espiritualidade.

O processo dessa obra também é viabilizado pela interatividade entre todos os seus sistemas de comunicação. Pois acompanhando os avanços tecnológicos, a Canção Nova reconhece a importância da internet como grande meio de comunicação, o qual possibilita interação. Percebendo a utilidade dessa poderosa ferramenta, a Canção Nova tem se aplicado no cumprimento desse objetivo. O portal canção nova (www.cancaonova.com), que conta atualmente com quase 2.000.000 acessos mensais, tem, levado através da internet, a “Palavra de Deus” as pessoas de todo o mundo.

O sistema Canção Nova é mantido pela “Fundação João Paulo II” – entidade sem fins lucrativos, a qual tem como fonte de recursos financeiros as doações dos associados ao Clube do Ouvinte, sendo assim caracterizada como uma obra que subsiste pela “Divina Providência”.

Assim, a Canção Nova recebeu no dia 13 de setembro de 2003, dois certificados de recordistas brasileiro. A Rádio e a TVCN entraram para o *Guinness* por terem uma programação 24 horas evangelizadora e sem programas comerciais.

O *Guinness* analisou toda a programação de Rádio e da TV e constatou que a Canção Nova é o único sistema de comunicação 24 horas no ar sem propagandas comerciais.

5.1.1 O início de tudo

Nos dois primeiros anos da Canção Nova, a comunidade realizava seu apostolado de evangelização em retiros e encontros. Uma época marcada por dois presentes: primeiro, um gravador de rolo profissional, doado por Dom Cipriano Chagas, monge beneditino; segundo, um duplicador de cassetes, presente de padre Eduardo Dougherty. Surgiu também a oportunidade de se ter na Rádio Mantiqueira, em Cruzeiro-SP, um programa de rádio, todos os dias às 18h. Em seguida, três novos programas: na Rádio Cultura, em Lorena (SP), na Bandeirantes de Cachoeira Paulista e na Rádio Mineira do Sul, em Passa-Quatro (MG).

5.1.1.1 Rádio Canção Nova

Havia na região, em Cachoeira Paulista, uma emissora de rádio que estava à venda e foi oferecida à Canção Nova. Um desafio, tendo em vista que eles não tinham nenhum recurso financeiro. Com a ajuda de muitas pessoas, no dia 1º de abril de 1980 foi comprada a Rádio Bandeirantes de Cachoeira Paulista por Cr\$ 2 milhões.

A rádio tinha apenas 250 watts de potência. Para mudar a potência para 1kw, era preciso comprar um transmissor, torre e fazer a montagem. Foram gastos Cr\$ 2,6 milhões. A rádio acabou custando Cr\$ 4,6 milhões (isso representaria hoje aproximadamente 250 mil reais, considerando a equivalência do dólar da época ao dólar de hoje).

Em dois meses tudo foi adquirido e montado. Em 25 de maio de 1980 a rádio era inaugurada e passou a ser chamada Rádio Canção Nova, com a missão de “espalhar o amor de Deus pelo ar”. Anunciar o Evangelho de Jesus Cristo. Evangelizar, educar, contribuindo com a formação de uma nova sociedade.

24 horas no ar, a rádio apresenta uma proposta de vida nova, segundo os princípios do Evangelho e a doutrina da Igreja Católica. A programação da rádio é variada e dinâmica: com música, entrevistas, participação dos ouvintes de diferentes faixas etárias e classes sociais.

Hoje, com onze filiais espalhadas pelo Brasil, nas frequências AM e FM a rádio Canção Nova chega a quase todas as regiões do país, de grandes capitais a pequenas cidades do interior,

sendo transmitida também por satélite para todo o continente americano, a Europa Ocidental e o Norte da África.

A rádio Canção Nova é a cabeça de rede da RCR – Rede Católica de Rádio, geradora de programação para 191 emissoras. É também integrante da UNDA Brasil – União das Emissoras Católicas e do SINRED, órgão que reúne as emissoras educativas do país. Está em contínuo crescimento. Opera também via satélite para todo Brasil. Sinal 24 horas com som digital TECSAT e antena parabólica.

A Rádio Canção Nova não vincula propaganda comercial, é mantida pelo “Clube do ouvinte”, isto é, por pessoas que se tornam benfeitoras e contribuem espontaneamente, mês a mês, para a sua manutenção.

5.1.1.2 TV Canção Nova

Num encontro católico que reúne milhares de pessoas, o rebanhão, de 1989, havia um painel que mostrava uma torre de rádio nos morros, da cidade Cruzeiro SP, e saindo da torre, o rosto de Cristo. Num relance padre Jonas compreendeu que o artista tinha feito não uma torre de rádio, mas uma torre de televisão, porque dela saía uma imagem. Após isso, com uma retransmissora da TV Educativa do Rio de Janeiro (FUNTV), o desafio iniciou-se.

No dia 8 de dezembro de 1989 foi inaugurada a TVCN. Com equipamentos VHS (Pequena câmera que se usa para casamentos, batizados, festas).

A programação TVCN inclui: Espiritualidade- missas, adorações, acampamentos de oração e diversos programas que levam o telespectador ao seu encontro pessoal com Jesus e com sua Igreja; Jornalismo- notícias diárias do Brasil e do mundo; Infantil- Programação especial para crianças, como brincadeiras, músicas e dinâmicas voltadas para a evangelização, educação e formação de valores; Eventos- transmissão ao vivo de eventos religiosos em todo território nacional e no exterior, além dos acampamentos de oração, como pregações e shows; Entrevistas e debates- O ponto de vista à luz da doutrina cristã. Espaço aberto para o telespectador esclarecer

suas dúvidas sobre a fé , a espiritualidade e os assuntos do dia-a-dia; Música e entretenimento- programação da música católica por meio de shows e entrevistas; Cultura- A arte e a história retratadas por meio de documentários do Brasil e do mundo, com suas tradições e costumes; Promocional- Novidades no sistema de contas diárias aos sócios benfeitores sobre os investimentos em toda a obra de evangelização.

5.1.1.3 Portal Canção Nova

Em 1995, foi iniciado o projeto de Evangelização da Canção Nova por meio da internet. O site tinha somente cinco janelas. Apenas duas pessoas dedicavam suas horas vagas para atualizá-lo e desenvolver pequenos projetos que divulgassem os trabalhos de evangelização da Canção Nova.

Dois anos depois, em julho de 1997, a Canção Nova passou a ter um provedor próprio de internet. Em 25 de novembro do mesmo ano, foi registrado o domínio: www.cancaonova.org.br.

O projeto de expansão do site se deu em 1998, exigindo a presença de um profissional da área, em tempo integral, para desenvolver e atualizar os conteúdos, conferindo novo design ao site. A TV e a rádio começaram a ser transmitidas ao mundo inteiro pela internet.

Já no dia 25 de novembro de 2000, com o crescimento e a diversidade do conteúdo disponibilizado no site, devido à urgente necessidade de evangelização e ao número cada vez mais expressivo de acessos, foi inaugurado o “Portal Canção Nova.com” – hoje um dos maiores portais católicos do Brasil, com mais de 70 mil acessos diários.

O portal Canção Nova oferece aos internautas o acesso ao universo da Igreja, atualidades e informações. Opções para todas as idades: aos jovens, um ponto de encontro no *chat*, com participações e entrevistas, às crianças, um site com jogos, brincadeiras, ensinamentos bíblicos, e para aqueles que buscam informação, o portal disponibiliza, desde 2002, o “Canção Nova News”, um site constantemente atualizado com as últimas notícias do Brasil e do Mundo.

Entretanto, a formação é um dos espaços mais procurados no Portal Canção Nova, com temas variados: juventude, sexualidade, relacionamento humano, doutrina, mensagens, espiritualidade, vida dos santos, a palavra do papa, vocação e família.

5.2 CANÇÃO NOVA – UMA RESPOSTA AO APELO DA IGREJA

O autor Luiz Martino (2003), em seu livro *Mídia e Poder*, diz que “o uso ostensivo dos meios de comunicação tornou-se uma condição fundamental de existência e manutenção das atividades religiosas da sociedade atual” (Martino, 2003, pg.7). Mas, como vimos nos documentos, a própria Igreja reconhece essa necessidade quando afirma que “se sentiria culpável diante do seu Senhor se ela não lançasse mão desses meios”.

A Canção Nova é um exemplo completo do clamor que a Igreja tem feito ao urgente uso dos meios de comunicação em massa. Os encontros feitos para os jovens lotavam, mas aquelas pregações que eram ouvidas por número limitado de pessoas, poderiam chegar a “quase ou até o infinito”, como afirmou a superintendente de Operações da TV Canção Nova, Ana Paula Magalhães, em entrevista à autora deste trabalho. “Nós temos em torno de 54 milhões de pessoas assistindo à Canção Nova pelas retransmissoras”.

Atuando nos maiores *mass media*, TV, rádio, internet e ainda meios impressos, o Sistema Canção Nova de Comunicação chega onde a própria Igreja não consegue chegar.

“Sem dúvida nenhuma uma televisão a serviço do evangelho atinge muito mais do que o padre dentro de uma igreja, simplesmente pregando em sua paróquia. A TV CN hoje chega onde muitos padres não conseguem chegar. Na Amazônia legal nós temos retransmissoras que vão longe, onde a Igreja talvez não consiga chegar. Sem dúvida a Canção Nova tem essa influência” (Entrevista concedida à autora deste trabalho, pela superintendente de Operações da TV Canção Nova, Ana Paula Magalhães, em abril de 2005).

O artigo 150 da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* aborda exatamente esta questão dizendo que os *mass media* “levam o evangelho às regiões onde a Igreja ainda não existe”.

5.2.1 A escolha certa

Acreditamos que a Canção Nova começou certo: o rádio. Um veículo com vantagens inúmeras. Viável financeiramente para quem o produz, viável também para quem o compra. Chega onde até mesmo o sinal da televisão não consegue chegar. Pode ser ouvido em diversos lugares, no carro, no trabalho, em casa, ou até mesmo num estádio de futebol. O rádio é portátil e não entretém a pessoa de modo que ela não possa fazer outra coisa. Ao contrário, a dona de casa muitas vezes passa o dia inteiro com o rádio ligado enquanto realiza seus afazeres. E era isso que a Canção Nova queria. Adentrar às casas das pessoas, em seus ambientes de trabalho, e até mesmo em suas horas de lazer.

“O rádio é um veículo maravilhoso. Ele é o companheiro do dia-a-dia. É um parente que está ali próximo, um amigo íntimo, dentro da casa da pessoa. Então como um meio de evangelização ele é plenamente eficaz. O rádio consegue fazer com que a pessoa mude até mesmo uma nova postura de vida. É um elemento fundamental exatamente por essa proximidade que ele cria com o ouvinte” (Entrevista concedida a autora pela superintendente da rede de rádio Canção Nova, Adriana Pereira).

A afirmação feita por Adriana Pereira de que a mensagem transmitida na rádio pode até mudar postura de vida de uma pessoa, é reconhecida pela Igreja uma vez que num dos últimos documentos deixados pelo Papa João Paulo II sobre as comunicações sociais, a carta apostólica ‘O rápido desenvolvimento’ diz que “os meios de comunicação alcançaram tal importância que se tornaram para muitos o principal instrumento de guia e inspiração para os comportamentos individuais, familiares e sociais”.

Uma questão também a ser analisada, que começou com a rádio, é a Canção Nova ser mantida por sócios, hoje mais de 600 mil. Quem ajuda essa obra, por menor valor que seja, sente-se dono dela. E desta forma por si só a divulga. Torna-se um propagandista da Canção Nova, além de ouvinte. Mais uma vez vamos ao encontro aos documentos, com um trecho já citado no capítulo da Instrução Pastoral *Communio et Progressio* onde “todos os cristãos devem colaborar, espiritual e materialmente, a fim de que a função da Igreja neste campo seja facilitada com a aquisição de modernos recursos técnicos”.

Ainda falando do rádio, a Canção Nova não se limita a uma programação apenas religiosa. Mas, trata com seriedade do jornalismo. Com um diferencial, como explicou Adriana: “Não é um jornalismo religioso, pelo contrário, é um jornalismo factual, mas com um olhar cristão para as notícias. [...] Nós damos para o ouvinte subsídios para que ele possa formar sua opinião”.

No que diz respeito à TV Canção Nova, cabe ressaltar que a sua programação não se resume ao Brasil, mas atinge outros países como Itália, Israel e Portugal, portanto uma programação que não se limita ao Brasil.

Vimos que logo que a televisão surgiu, interessou a Igreja, uma vez que missas podiam ser televisionadas e todo o mundo podia receber a benção do Papa. Perguntada sobre o programa de maior audiência da TV Canção Nova, Ana Paula Magalhães disse que “Nós não temos dúvida que o programa de maior audiência são as santas missas”. As celebrações televisionadas atendem principalmente as pessoas que são impossibilitadas de dirigir-se à Igreja, quase sempre por problemas de saúde, ou pelo avanço da idade.

Por não vincular propagandas comerciais, a TV Canção Nova tem total liberdade em sua programação. Segundo Ana Paula Magalhães, na cobertura da morte do Papa João Paulo II, incluindo os funerais, “a Canção Nova esteve 24 horas a serviço dessa programação. Nós podemos mudar a nossa grade de programação”.

Já sobre o portal, nota-se que a Canção Nova tem acompanhado a tecnologia nesse campo. Além de todo conteúdo próprio da internet, no portal é retransmitida toda programação tanto da TV como da Rádio Canção Nova. De acordo com o superintendente do Portal Canção Nova, Márcio Todeschini, em entrevista concedida à autora deste trabalho, são dois milhões de acessos mensais de internautas do mundo inteiro:

“Nós já temos o nosso portal traduzido para o Inglês, para o Espanhol e estamos fazendo um portal voltado para o Português de Portugal, porque nós sabemos que é uma outra linguagem. Nós temos o portal sendo traduzido nesse momento para o Italiano, para o Japonês, e temos uma meta de atingir outros idiomas também, principalmente aqueles que são mais falados no mundo, até mesmo o Chinês” (Todeschini, abril 2005).

Quando se trata de sacramentos na internet, Márcio Todeschini declara a mesma opinião que o documento “Igreja e Internet”.

“Nós não podemos nunca pensar, por exemplo, em uma missa virtual. Quer dizer, a ministração de sacramentos, nunca pode acontecer pela internet. Não há possibilidade pela própria definição dos sacramentos da forma como está definido pelo Catecismo da Igreja Católica, onde eles devem ter a presença física da pessoa. Então naquilo que se exige a presença física, nós sabemos que nunca vai poder fazer através da internet” (Todeschini, abril 2005).

Muitas outras ligações sobre o Sistema Canção Nova de Comunicação e os documentos da Igreja sobre os *mass media* poderiam ser feitas, mas isso seria um novo trabalho. O importante a ser destacado, no entanto, é a ousadia da obra Canção Nova nesse âmbito que não se limita ao que já foi conquistado.

“O desejo do padre Jonas é que, aonde têm uma Agência dos Correios (que é algo que existe em todo canto) que também tenha uma Canção Nova lá. O desejo é ampliar sim. Porque não é ampliar para crescer e ser uma grande rede de rádio. Mas sim ampliar a difusão do evangelho, ou seja, cumprir a missão que nos é pedida, evangelizar aos quatro cantos da terra” (Pereira, abril 2005).

Toda essa abordagem pode ser finalizada com o que diz Martino sobre os grupos religiosos e a os meios de comunicação:

“Não é mais possível estudar comunicação de massa sem levar em conta a influência, sobretudo econômica, dos grupos religiosos. Da mesma maneira, não existe abordagem da religião sem privilegiar essa relação da comunicação. Ter espaço na rádio e na TV deixou de ser um supérfluo para a divulgação, tornando-se necessidade para a sobrevivência” (Martino, 2003, pg.8).

6 CONCLUSÃO

Para se fazer uma análise do relacionamento da Igreja Católica com os meios de Comunicação Social, há que ser feita em paralelo uma análise histórica, para que, ao confrontar as duas partes, se possa inferir uma conclusão sobre o tema.

Logo que os *mass media* surgiram com a invenção da tipografia, a Igreja se posicionou contra, não permitia a divulgação dos livros e proibia que os fiéis os lessem sob pena de até excomunhão. Mas, naquela época, por volta de 1500, é importante lembrar que as instituições Igreja e Estado se confundiam. Quando o imperador Constantino deu liberdade de culto aos cristãos com o Edito de Milão, no ano 313, o imperador atribuiu a si o direito de interferir na administração da Igreja e ainda ditar normas sobre ela. Ao longo da história muitos imperadores convocavam sínodos e até participavam de concílios. Inclusive quando não concordavam com alguma posição da Igreja davam até “excomunhão” aos papas e elegiam “anti-papas” para estarem na cabeça da Igreja. Os “anti-papas”, porém, nunca duraram muito nem conseguiram adotar medidas legítimas.

Assim, percebe-se um período de intromissão do Estado no governo da Igreja o que, conforme já colocado, muitas vezes a própria Igreja era confundida com o Estado. No início do surgimento dos *mass media*, a Igreja detinha o poder de controle sobre as pessoas, podendo ditar “regras de conduta” de vida à sociedade como um todo. Funcionava como a legislação de um país, quem não a cumprisse estava sujeito a penas.

Outra questão é que a Igreja, por ser detentora do *Depositum Fidei*, ou seja, da verdade revelada, e tendo recebido de Jesus a ordem de “apascentar as ovelhas” (Jo 21,17), não podia deixar de se posicionar contra um invento que poderia ser nocivo aos fiéis e contrários à fé, alertando inclusive (com uma lista de livros reprovados, o Index) quais seriam os livros que eram reprovados pela Igreja. Nessa época, alastraram-se impressos que divulgavam leituras contra as “verdades de fé” e inclusive sobre a doutrina da Igreja.

Uma vez que a impressão em massa dos livros tornou-se incontrolável e também com o conseqüente surgimento da imprensa e com os adventos da Revolução Francesa e do Iluminismo, a Igreja não conseguia o domínio total sobre o acesso dos fiéis, aos diversos tipos de literatura que surgiam vastamente. Com isso soube reconhecer os benefícios da tipografia com a impressão da primeira Bíblia (Mazarina) em 1456, e com a chamada “boa imprensa” que era até recomendada pelos Papas.

Nesse momento a Igreja mudou de postura. Ao invés de impor duras penas aos fiéis e os controlar com mãos de ferro, passou a recomendar que “cabia ao fiel se vigiar” no uso dos *mass media*, o que implicava em fazer julgamento crítico do que era bom ou nocivo a ele próprio.

Com o surgimento do cinema, rádio e televisão a Igreja passou a notar que esses meios poderiam ser úteis, se bem utilizados, uma vez que eram altamente eficazes na divulgação e propagação do Evangelho, podendo chegar “quase ou até o infinito”.

Assim a Igreja começa não só se utilizar desses meios, mas incentivar todos, incluindo os leigos, evidenciando que, ao se especializarem, podem realizar uma comunicação em benefício do Evangelho. A própria Igreja cria a Rádio Vaticano, começa a televisionar missas (inclusive festivas como a missa do Galo) e as bênçãos do Papa.

Devido a importância da questão, no Concílio Vaticano II, a Igreja tanto se posiciona, expedindo um documento sobre os meios de comunicação, o *Inter Mirifica*, quanto orienta para a criação de uma comissão pontifícia sobre comunicação social, que esteja preparada para se pronunciar sobre o tema, sempre que for necessário. Os padres conciliares recomendaram que se fizesse uma Instrução Pastoral completa sobre os *mass media*, que abordasse todos os aspectos pertinentes ao tema.

Nessa atitude da Igreja nota-se que ela coloca os meios de Comunicação Social num “top de linha”, dando a eles a importância real.

Contudo, há de se notar também que em todos os documentos da Igreja sobre os *mass media*, existe a preocupação com cuidados que se devem tomar diante deles, notadamente sobre respeito a moral seguida neste campo. Pode-se citar um exemplo: no pontificado de João Paulo II, a Igreja lançou um documento específico sobre a pornografia e a violência nos *mass media*, não escondendo a gravidade do assunto e dando as necessárias instruções para todos os envolvidos neste meio, desde os comunicadores até os receptores.

Além disso, a cada novo meio de comunicação em massa lançado, a Igreja se posiciona perante ele, como foi o caso da internet. Embora seja um meio onde a divulgação de conteúdos não contém nem mesmo uma legislação própria, a Igreja ressalta a vasta vantagem que se pode encontrar na internet, mas alertando para os perigos da utilização indiscriminada e ressaltando os cuidados que se deve tomar com ela.

Neste mesmo ano de 2005, no mês de janeiro, o já falecido Papa João Paulo II, lança o documento “O Rápido Desenvolvimento”, em que se refere aos meios de comunicação como “missão da Igreja no terceiro milênio”. Embora haja um abismo entre a dura repressão inicial e a total aceitação dos meios, existe também um período de mais de 500 anos entre essas duas posições, o que pode evidenciar estreitamento das relações Igreja/*mass media*, de forma lenta e gradativa, porém madura e consistente.

Por fim, a expectativa é de que, no pontificado de Bento XVI, que iniciou em 19 de abril deste ano, a Igreja deva tomar o mesmo rumo perante os meios de comunicação, com uma atitude altamente encorajadora para que sejam utilizados a serviço do Evangelho, não deixando de maneira alguma de traçar as recomendações necessárias a serem tomadas neste campo. Essa afirmação pode ser observada, uma vez que o Papa Bento XVI no dia mundial das comunicações deste ano não proferiu discurso próprio. Na ocasião ele retomou o mesmo discurso feito por João Paulo II no início deste ano sobre o tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bíblia Sagrada, 9ª Edição, São Paulo: Ave-Maria, 1996.

CECHINATO, L.; **Os 20 séculos de caminhada da Igreja: principais acontecimentos da cristandade, desde os tempos de Jesus até João Paulo II**, 1ª Edição, Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

DALE, R.; **Igreja e Comunicação Social**. 1ª Edição, São Paulo: Paulinas, 1973.

KUNSCH, L. W.; **O verbo se fez Palavra: Caminhos da Comunicação Eclesial Católica**. 1ª Edição, São Paulo: Paulinas, 1988.

MOMBACH, O.; **É Preciso Comunicar: Os Meios de Comunicação Social e a Igreja**. 1ª Edição, São Paulo: Loyola, 1981.

SÁ MARTINO, L. M.; **Mídia e poder simbólico**. 1ª Edição, São Paulo: Paulus, 2003.

SOARES, I. O.; **Do santo ofício à libertação**. 1ª Edição, São Paulo: Paulinas, 1988.

YIN, R.K. **Estudo de Caso - Planejamento e Métodos**. 2ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.

LAROSA, Marco Antônio & Ayres, Fernando Arduini. **Como produzir uma monografia passo a passo**. 1ª Edição, Rio de Janeiro: Wak, 2003.

Documentos da Igreja

Bento XIV, **Constituição Apostólica *Sollicita ac Provida*** (25 de março de 1753).

Gregório XVI, **Carta Encíclica *Mirari Vos***, (15 de outubro de 1832).

Inocência VIII, **Constituição Apostólica *Inter Multiplices***, (17 de novembro de 1487).

João Paulo II, **Carta Encíclica *Redemptoris Missio***, (7 de dezembro de 1990).

João Paulo II, **Carta Apostólica *O Rápido Desenvolvimento*** (24 de janeiro de 2005).

Leão X, **Constituição Apostólica *Inter Sollincitudines***, (4 de maio de 1515).

Leão XIII, **Audiência Coletiva**, (22 de fevereiro de 1879).

Leão XIII, **Constituição Apostólica *Officium ac Munerum***, (8 de fevereiro de 1887).

Paulo VI, **Carta Apostólica *Evangelii Nuntiand***, (8 de dezembro de 1975).

Paulo VI, **Decreto Conciliar *Inter Mirifica***, (04 de dezembro de 1963).

Pio IV, **Constituição Apostólica *Dominici Gregis***, (24 de março de 1964).

Pio VII, **Carta Encíclica *Diu Satis***, (15 de maio de 1800).

Pio IX, **Carta Encíclica *Quanta Cura***, (8 de dezembro de 1864).

Pio XI, **Alocução na Rádio Vaticano**, (12 de fevereiro de 1931).

Pio XI, **Carta Encíclica *Vigilanti Cura***, (29 de junho 1936).

Pio XII, **Carta Encíclica *Miranda Prorsus*** (8 de setembro de 1957).

Pio XII, **Entrevista à Radiotelevisão Francesa**, (17/04/1949).

Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, **Inst. Past. Critério de Colaboração Ecumênica e Inter-religiosa nas Comunicações Sociais**, (4 de outubro de 1989).

Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, **Inst. Past. *Communio et Progressio***, (23 de maio de 1971).

Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, **Inst. Past. Igreja e Internet**, (22 de fevereiro de 2002).

Pont. Cons. para as Comunicações Sociais, **Inst. Past. Pornografia e Violência nas Comunicações Sociais** (7 de maio de 1989).

Site do Vaticano: www.vatican.va

ANEXOS

ANEXO A

ENTREVISTA COM A SUPERINTENDENTE DE OPERAÇÕES DA TV CANÇÃO NOVA, ANA PAULA MAGALHÃES -ABRIL/2005

1- Gostaria que você pudesse nos contar da evolução da TV Canção Nova, que começou tão pequena e que hoje é um fenômeno.

R- A TV Canção Nova começou há 16 anos, eu acredito que no coração do pe. Jonas, fundador da Comunidade Canção Nova, ela tenha começado antes disso, porque nós temos um trabalho com os meios de comunicação através do rádio, há 25 anos. A evolução dela se deu depois que começamos com uma pequena retransmissão, nós pegávamos um sinal da TVE (TV Educativa do Rio de Janeiro) e transmitia uma hora de missa. E começamos assim. E até alugarmos horários nos satélites e depois em TVs abertas, nós começamos por assinatura e depois conseguimos a concessão do canal. Onde nós temos agora a geradora de Aracajú- Se. A Canção Nova atualmente alcança mais de 500 municípios no Brasil, com mais de 500 retransmissoras pelo país. Nós temos em torno de 54 milhões de pessoas assistindo a Canção Nova por essas retransmissoras. Mas também, graças a Deus, nós já conseguimos quatro geradoras: o canal de Aracaju- Se, Belo Horizonte – MG, Brasília- DF e em Cachoeira Paulista – SP, que é a sede da Canção Nova, no Vale do Paraíba, no interior do estado. Foi uma crescente, começamos com rádio e fomos aprendendo a fazer na televisão no rádio. Agora nós estamos conseguindo atingir não só o Brasil, mas também em outros países. A TV Canção Nova além das produtoras, que além das geradoras já citadas, tem produtoras de TV em, São Paulo capital, no Rio de Janeiro, e também em outros países, como em Roma, em Fátima –Portugal e em Israel também. É a última casa nossa, aonde nós temos uma produtora de TV e uma casa de missão da Canção Nova.

2- Qual é a abrangência da TV Canção Nova, hoje, qual a audiência e qual o público-alvo que a Canção Nova quer atingir?

R- Nós não temos pesquisa de opinião, Ibope, essas grandes pesquisas. O nosso retorno é no nosso *callcenter*. Nós temos um retorno de audiência por programa nesse sentido e por telefone. Hoje infelizmente pelas condições do gasto e do custo que tem uma pesquisa de opinião, nós não conseguimos fazer uma pesquisa de opinião inteira pra TV Canção Nova. Mas em alguns locais nós conseguimos, por exemplo: nós temos a TV CN em Cachoeira Paulista - SP e temos a nossa filiada aqui que é a TV Grande Vale (que ela pega no Vale do Paraíba). Nós temos a maior audiência na maior cidade do Vale do Paraíba que é São José dos Campos. Em alguns horários nós sabemos que a Canção Nova acaba tendo a maior audiência na programação. A Canção Nova não tem um público-alvo fechado.

Nós sabemos que a Canção Nova atinge não somente aos idosos, as pessoas casadas e também jovens, crianças. Nós temos uma programação variada de entretenimento, educação. O público da Canção Nova não é somente um cristão. Eu acho que o que diferencia a TV Canção Nova de outras emissoras é isso. A Canção Nova não tem uma programação fechada somente com a Igreja Católica. Sem dúvida a missão da Canção Nova é evangelizar. Nós somos uma comunidade de vida, com mais de 600 membros consagrados na Igreja Católica e a partir dessa comunidade surgiu a inspiração da evangelização através dos meios de comunicação social, e agora nós fazemos televisão. Nós começamos com o rádio, como eu falei e fomos para a televisão. Fazendo televisão, nós não temos um público fechado, mas sim queremos atingir a todos os brasileiros a todos que nos assistem, com uma programação que tenha educação, que conscientize os cristãos também das responsabilidades que ele tem como cidadão. Acho que a CN tem esse público variado.

3- Já falando em audiência, qual o programa de maior audiência da TV Canção Nova?

R- O que nós conseguimos medir é pelas ligações que recebemos. Pelo retorno dos nossos sócios (a Canção Nova é mantida por mais de 600 mil sócios), que assistem a TV Canção Nova. Desse retorno nós não temos dúvida que o programa de maior audiência, são as missas. As santas missas! Todos os dias a TV Canção Nova transmite a missa às 7h da manhã, ou alguma missa de Roma, ou uma missa de alguma Catedral aqui no Brasil e sem dúvida o horário da missa é o pico de audiência da TV CN, em retorno de ligação. É o que nós conseguimos medir quando fizemos algumas pesquisas em algumas TVs nossas. Depois da missa a gente tem o programa 'O amor vencerá' que é um programa oracional apresentado pela Luzia Santiago, co-fundadora da Comunidade, junto com o pe. Jonas. Esse programa acontece às 11h da manhã. Esses são os horários de grande audiência da TV CN.

4- Sobre a programação da TV, que você começou a citar, fale um pouco dela para nós.

R - Temos em mente o objetivo na Canção Nova de total transparência com o nosso telespectador. Porque quem mantém a TV Canção Nova são esses 600 mil sócios, então dentro da nossa programação, além de toda programação da Canção Nova, nós temos a prestação de contas da fundação João Paulo II. Pela TV CN não ter propagandas comerciais, por ser mantida pelos sócios, nós levamos a transparência no que a CN faz pro ar: as nossas contas, as nossas dívidas. O nosso público sabe o quanto a CN precisa pagar por mês. Nós fazemos mensalmente uma campanha de arrecadação para pagar as despesas do sistema Canção Nova de comunicação, não só da televisão. Tudo que nós temos de Canção Nova no mundo, o que inclui as casas de missão também. E nós também prezamos pela valorização da cultura nacional e regional. Temos algumas programações nas geradoras, que é uma programação regional. Com uma linguagem simples, descontraída, jovem, familiar, tudo isso. Nós procuramos dentro da região ter esse compromisso, com as pessoas que nos assistem. Tentar regionalizar um pouco a nossa programação, para ter um público específico naquela região onde nós estamos pegando. Entretanto, sem dúvida nenhuma a maior parte da nossa programação é voltada para a espiritualidade. Nós exibimos programas devocionais, missas, palestras, encontros com grande

participação popular, e também transmissões via satélite dos principais eventos religiosos no Brasil e no mundo. Nesses dias do falecimento e velório do papa João Paulo II, nós estamos ao vivo direto de Roma, transmitindo tudo o que está acontecendo. A Canção Nova tem esse compromisso com a espiritualidade e religiosidade. Mas nós também temos um compromisso com a educação. Na TV CN nós temos vários programas que levam à educação, por exemplo, nós transmitimos um programa toda quarta-feira que se chama 'Quarta Viva' que é apresentado pelo secretário de Educação do estado de São Paulo, Gabriel Chalita. Nesse programa tem informação, humor, cultura. Outro programa que pode-se dizer que é de educação, de preocupação com a educação, é o apresentado por Daniel Godri. Ele comanda um programa preocupado com a capacitação do marketing pessoal e empresarial. O nome do programa é 'Desenvolvendo talentos'. Para as mulheres nós temos diariamente o programa 'Manhã Viva' que é como uma revista feminina de arte, culinária e saúde. Já para as crianças, no universo infantil, a Canção Nova também busca na sua programação, a educação e a evangelização delas. Dentro da grade de programação da Canção Nova também nós temos um programa que trata da preservação do meio ambiente, se chama 'Preservação Ambiental'. É uma parceria com a polícia florestal da região que documenta iniciativas de pessoas que trabalham para melhorar e preservar o planeta. Então nós viajamos o Brasil mostrando isso, cuidado com o meio ambiente. Outro programa que temos é o 'Nossa gente nossa terra', viajando o Brasil. Nós mostramos com ele (que é tipo um documentário), a expressão de fé, turismo, cultura do povo brasileiro. A programação da TV Canção Nova é bastante variada, nós temos mais de 50 programas na nossa grade, que é 24h no ar, sem programas comerciais. Nossos *breaks*, são feitos de mensagens, são feitas de palavras da Igreja, são feitas também pra divulgar os nossos produtos de evangelização...

5- Quantas pessoas estão envolvidas no trabalho da TV CN? Os equipamentos que a TV CN possui são suficientes para esse trabalho?

R- A TV Canção Nova não só no Brasil, mas com as nossas filiais, tem mais de 260 funcionários (entre funcionários e missionários). Que vieram para cá, se especializaram e trabalham hoje sendo produtores, diretores de TV, operadores de câmera, operacional de áudio, iluminação, parte técnica. São mais de 260 funcionários. Quanto ao equipamento, a TV CN tem equipamentos de última geração. A maioria deles são digitais. Nós temos a central de jornalismo que é a mais avançada. Mas, precisamos crescer mais. Nós temos esse objetivo de crescimento, principalmente nas nossas filiais. Os equipamentos estão sendo trocados, mas precisamos crescer mais. Realmente televisão não é fácil, quem vive nesse mundo sabe o quanto é caro mexer com os meios de comunicação. Nós queríamos ter mil rádios, mas uma televisão custa muito caro. Sendo mantida por esses 600 mil sócios e colaboradores, em todo o Brasil e em todo o mundo sendo uma emissora não comercial, ela passa dificuldades como todas as emissoras no Brasil. Contudo nós só temos a agradecer: a Canção nova está bem.

6- Quanto custa a TV CN para a obra Canção Nova?

R- Em valores é difícil eu falar, mas eu sei que ela toma a maior parte dos gastos da Obra Canção Nova. Nós estamos fazendo uma reorganização, aqui na TV implantando o centro de custo por programa. Nós queremos saber ao certo quanto custa cada programa.

7- Como a TV CN trabalha com o jornalismo?

R- Nós temos uma central de jornalismo, na sede que fica em Cachoeira Paulista- SP. Com isso nós temos: um jornal nacional de 30 minutos que se chama 'Canção Nova notícias', que tem a preocupação de estar trazendo atualidades, as notícias e informações do dia, colocando o cidadão consciente dos seus compromissos. Nós temos correspondentes em São Paulo, Brasília, Aracaju, Belo Horizonte, Roma, Jerusalém e Estados Unidos. Nesses lugares, esses repórteres, nos trazem as notícias do dia. A gente fecha o jornal à noite. De programas jornalísticos, nós também temos um programa semanal chamado 'Repórter Canção Nova', que vai ao ar sexta com reprise aos domingos. Esse programa é documentário e sempre tem um tema que é desenvolvido a partir da atualidade. Temos fleches dentro da programação da televisão. Um de manhã e o outro à tarde. Esses fleches trazem informações com a agência de notícias. Mas, nós temos como apoio, agências intencionais de notícias, a Reuters, a CNN, que nós acabamos por utilizar as imagens enviadas por elas. .

8- Qual a contribuição desse meio de comunicação (TV) para a Igreja Católica na sua opinião?

R- A TV Canção Nova é uma emissora da Igreja Católica. Nós estamos a serviço da Igreja, na nossa grade de programação, sempre é visto o papa, os bispos, os padres, as ordenações... Sem dúvida, o cristão católico tem um canal de televisão que ele pode procurar seguramente, aonde ele tem informações certas sobre a Igreja. Nós respiramos a Igreja. E procuramos estar sempre muito próximo dela em todos os sentidos. Até mesmo a nossa produtora de televisão em Roma é a cinco minutos do Vaticano, e é dali que sai todos os documentos do papa. Nós respiramos a Igreja e passamos para o nosso telespectador, essa contribuição, do católico saber quais são suas responsabilidades, enquanto cristão. E também a TV CN no cenário brasileiro é uma opção de canal, onde as pessoas não vão encontrar somente programas religiosos, como havia dito antes. Nós temos programas de entretenimento saudável, sem apelação... O nosso jornalismo não tem especulação. O nosso jornalismo é um jornalismo que como todos os outros busca a verdade acima de tudo, mas é um jornalismo que busca informar e formar as pessoas.

9- Você acha que a Igreja pode ficar sem se utilizar desses meios de comunicação na evangelização, ou essa é uma necessidade urgente?

R- O papa João Paulo II nos deixou isso escrito nos seus documentos, pedindo que a Igreja utilize desse meios de comunicação social para evangelizar. Sem dúvida nenhuma uma televisão a serviço do evangelho atinge muito mais do que o padre dentro de uma igreja, simplesmente pregando em sua paróquia. A TV CN hoje chega onde muitos padres não conseguem chegar. Na Amazônia legal nós

temos retransmissoras que vão longe, onde a Igreja talvez não consiga chegar. Sem dúvida a Canção Nova tem essa influência.

10- Fazendo uma comparação com as outras emissoras, para você, qual é a distinção dentre as Canção Nova e elas?

R- A Canção Nova tem um objetivo claro de evangelizar, essa é a maior diferença da TV CN. As outras emissoras são comerciais. Elas também podem ter o objetivo de formar, informar, mas, por trás de tudo isso pra se manter uma emissora de TV no ar precisam de patrocinadores. E elas estão “nas mãos” desses patrocinadores. Elas mudam as programações, de acordo com a audiência os programas caem ou não. Na Canção Nova isso não acontece. A Canção Nova é patrocinada pelos 600 mil sócios, mas nós não estamos nas mãos deles, porque esses sócios são cristãos. A programação da Canção Nova está a disposição da Igreja. Então, pode-se perceber num fato como esse que é histórico para a Igreja, da morte de um papa, a programação da Canção Nova 24h a serviço dessa programação. Nós podemos mudar a nossa grade de programação. Essa é a maior diferença da Canção Nova, eu não conheço emissora que sobreviva sem propagandas comerciais. A Canção Nova sobrevive, ela se arriscou, é um desejo do coração do pe. Jonas, desde os inícios da rádio. Nós começamos com uma rádio comercial alguns meses e o padre viu que nós não poderíamos continuar e não conseguiríamos colocar uma programação evangelizadora no ar se não assumíssemos com fé esse trabalho. Ninguém quer patrocinar programas católicos, não é de interesse. Mas, ao mesmo tempo as pessoas buscam, diante de tantas dificuldades, diante de tanto sofrimento, acabam procurando uma nova opção e elas podem encontrar na Canção Nova essa opção de evangelização.

11- Você acha que o sistema de ajuda pelos sócios e não por propagandas comerciais, ajuda ou dificulta o crescimento da Canção Nova?

R- É uma opção que o pe. Jonas aceitou viver. Talvez se nós tivéssemos patrocinadores da Canção Nova, a gente tivesse maior? Não sei. Eu tenho as minhas dúvidas. A Canção Nova tem esse objetivo desde os inícios, o pe. Jonas, aceitou esse desafio e nós que chegamos depois dele, e seguimos a Canção Nova e somos Canção Nova, a gente vive isso. Eu acho que a Canção Nova está do jeito que Deus quer. Nós crescemos muito durante esses 25 anos. Hoje a Canção Nova chega longe, no Japão. Nós temos muito retorno no nosso portal de notícias (cancaonova.com) de mais de 127 países, com dois milhões de acessos ao mês. Então a CN cresceu bastante, apesar de todas as dificuldades financeiras. Manter um sistema de comunicação no ar, através de colaboradores, não é fácil, é um desafio. Mas um lindo desafio de se viver da providência. Assim a Canção Nova experimenta o milagre da divina providência.

13- Você acha que a Canção Nova é um fenômeno?

R- Ela é uma fenômeno. Nossa programação busca mostrar aquilo que a Canção Nova tem vivido como comunidade. E como aqui os missionários, aqueles que vem doar a vida, nós mostramos na nossa

programação que a maioria é ao vivo. 70% da nossa programação é ao vivo, ela mostra uma programação com o povo que vem à Canção Nova, uma programação que a gente faz com esse povo sofrido. E eu não tenho dúvida pelo crescimento da Canção Nova, com esse número de geradoras e retransmissoras, no Brasil, e tão rápido... do satélite, depois de dois anos nós já conquistamos essas geradoras e esses sinais pelas retransmissoras. Ela é a terceira maior emissora no Brasil em número de retransmissoras, é um fenômeno.

ANEXO B

ENTREVISTA COM O SUPERINTENDENTE DO PORTAL CANÇÃO NOVA, MÁRCIO TODESCHINI – ABRIL/2005

1 - Porque a Canção Nova tomou a decisão de se lançar nesse novo meio de comunicação, a internet? E como foi o seu crescimento?

R- A Canção Nova utiliza a internet como um meio de comunicação pra evangelização há dez anos já. Justamente com a intenção de levar aquilo que nós experimentamos aqui, como evangelizadores e como pessoas que se colocam a serviço do evangelho para o público da internet. Foi logo que a internet explodiu no Brasil. Nos ano de 94/95, nós começamos com o portal cançãonova.com. Ao longo do tempo a gente foi percebendo o que era necessário. Que tipo de conteúdo as pessoas estavam buscando e também baseados naquilo que a internet oferecia. A princípio, antes mesmo desse “bum” da internet, não se pensava na internet como um meio comercial, ou como um meio de informações a todo momento, a todo instante como a gente tem hoje. Ela foi pensada como uma base de conhecimento, como troca de informações de universidades... Nós, da área de informática, costumamos dizer que a internet foi feita para o bem. De uma maneira até mesmo ingênua, sem se pensar nas questões de segurança. Na sua essência foi feita para o bem. É por isso hoje nós temos diversos problemas em relação a questões de segurança de invasão, os famosos “hackers” que atacam os sites... porque não se pensou nisso no começo. Ela foi feita para o bem. A Canção Nova foi acompanhando isso, esse crescimento, as tendências. Apresentando sempre um conteúdo 100% católico. Então muito mais do que até mesmo a gente pensar naquilo que nós devíamos colocar, as pessoas mesmo exigiam de nós esse conteúdo cada vez mais versátil em termos de internet.

2- Sabe-se que a internet divulga um conteúdo inverso da índole cristã, que compreende a prostituição, pornografia, satanismo, e tantas outras coisas. É notório que a internet pode ser um instrumento de destruição na vida das pessoas. Você acha que a Canção Nova entrou num campo, onde deve tomar muito cuidado? É válido esse tipo de opção?

R- Ele é válido sim, porque até a própria Igreja define, através dos seus documentos e especialmente do documento “Igreja e Internet”, onde diz que os meios de comunicação são um dom de Deus. Então, como sendo um dom de Deus, algo que Deus através do homem no seu processo histórico científico, trouxe para a humanidade, nós devemos sim e temos o dever de se utilizar dele para a evangelização. O conteúdo disponível na internet hoje é um conteúdo diverso. As pessoas têm uma liberdade que até mesmo a legislação não previu, muitas coisas aconteceram muito mais rápido que se esperava. Hoje em dia a gente corre atrás daquilo que está na internet, das suas tendências, daquilo que acontece pra tentar regularizar. Nós vemos todo esforço dos organismos por aí, muitas vezes não se sabe definir ainda toda questão a respeito de crimes na internet e tudo mais. Uma vez que há uma certa liberdade deturpada nós precisamos se utilizar desse meio para levar a verdade do evangelho que é Cristo. Por isso nós

abraçamos a internet e fazemos aquilo que João Paulo II disse: “A internet é o meio de evangelização do terceiro milênio”. A Canção Nova começou junto com a Igreja a se preparar para esse novo milênio. Hoje ela apresenta esse conteúdo nas suas diversas formas: em formas de notícias, em forma de televisão na internet, com programação voltada para os internautas com interatividade, através de conteúdos de informação de espiritualidade, através de coberturas de eventos que nós fazemos de evangelização. Em fim, com conteúdo onde nós temos como premissa básica, o evangelho. O cuidado que nós devemos tomar é de não deixar de evangelizar na internet! Somente esse cuidado.

3- Ao falar em Igreja pensamos imediatamente em algo presencial. Internet é o inverso, porque tratamos do virtual. Há um abismo entre os dois. Será que a Igreja na Internet afasta o cristão das Igrejas (templos), ou ela atrai esse cristão de tal forma que ele acaba por buscar a Igreja?

R- Nesse aspecto nós devemos ter bastante consciência do que significa uma evangelização pela internet. Por exemplo, nós nunca poderemos falar em ministrar um sacramento pela internet, justamente por esse abismo que existe entre o mundo virtual e o mundo real. Mas é possível fazer com que as pessoas tenham uma experiência real e concreta através da internet. Porque nós tratamos de uma realidade que nós não vemos. Assim como nós temos, por exemplo, as ondas de rádio que nós não vemos. Mas a rádio é uma realidade. Quando você sintoniza uma rádio, você ouve a rádio mesmo que você não veja aquela voz que chega. Você olha para o céu e não vê nada, mas ali está passando ondas de rádio. Da mesma forma nós acreditamos que é possível que nós fazemos com que as pessoas tenham uma experiência real, ainda que seja a distância, ainda que nós não saibamos nem aonde essa pessoa se encontra. Isso já acontece a muito tempo pelos meios de comunicação, pela TV, pela rádio. A internet é apenas um meio aonde nós temos outras possibilidades novas que nós não tínhamos, como por exemplo, a capacidade plena e total da pessoa interagir no exato momento que ela recebe a informação. Então isso sim nós devemos considerar no momento que nós evangelizamos. Nós não podemos nunca pensar, por exemplo, em uma missa virtual. Quer dizer, a ministração de sacramentos nunca pode acontecer pela internet. Não há possibilidade pela própria definição dos sacramentos da forma como está definido pelo catecismo da Igreja Católica, onde eles devem ter a presença física da pessoa. Portanto naquilo que se exige a presença física, nós sabemos que nunca vai poder fazer através da internet. Então consciente das limitações, consciente dos problemas que nós enfrentamos em relação a isso, nós realizamos a evangelização, para que as pessoas tenham essa experiência real com Jesus.

4- A vantagem da Internet é poder colocar vários assuntos e várias formas de interatividade, num único portal. O que a Canção Nova tem disponibilizado aos seus internautas? Qual o conteúdo que se pode encontrar no portal Canção Nova?

R- O portal Canção Nova, ao longo desses dez anos, ele vêm se atualizando em termo de conteúdo. Então hoje nós temos um conteúdo bem diverso em relação a evangelização. Conteúdo de formação, conteúdo de espiritualidade, conteúdo de notícias, conteúdo em forma de especiais, relacionados às verdades da Igreja, as verdades da fé. Por exemplo, agora nós estamos vivendo nesse momento, o

falecimento de João Paulo II e tudo aquilo que envolve a sua sucessão, nós damos toda uma cobertura especial. O que nos levou até mesmo a fazer uma capa diferenciada do portal, nesse momento em que o mundo inteiro se volta aos fatos que se relacionam a sucessão de sua Santidade João Paulo II. Então nós temos isso através de tudo aquilo que é possível se realizar em termos de internet. É possível você assistir uma televisão por internet, então nós estamos desenvolvendo, criando uma televisão interativa pela internet. E possível você fazer uma rádio pela internet, então nós temos um projeto, que não está implementado ainda, não somente o sinal da rádio Canção Nova pela internet, mas uma rádio onde as pessoas podem escolher as músicas, montar sua programação, enfim, ter uma web rádio pela internet. O próprio portal em si, com todo conteúdo de notícia, conteúdo de formação. Em termos de notícias, nós temos um diferencial, principalmente naquilo que se relaciona nos fatos que acontecem no mundo, de uma maneira geral. Mas sempre confrontar isso com o evangelho. Não somente como o mundo noticia, como o mundo vê, mas também trazer sempre a verdade do evangelho.

5- Qual conteúdo mais procurado pelos internautas no portal Canção Nova?

R- O conteúdo mais procurado pelos internautas no portal são mensagens de esperança. Nós temos os maiores acessos nas nossas mensagens diárias, que são feitas pelo nosso fundador, pe. Jonas Abib, e pela nossa co-fundadora, Luzia Santiago. Esses são os conteúdos mais procurados, aonde se reflete o evangelho, aonde as pessoas podem se ver como pessoas, como cristãs, até mesmo aqueles que na têm a experiência do Cristo. Nós temos muitos acessos de diversos lugares, nesse tipo de mensagem onde leva uma espiritualidade encarnada, uma espiritualidade vivida, não só palavras, mas aquilo que a gente pode receber como informação e aplicar na nossa vida. Então, os conteúdos mais procurados são as mensagens diárias do pe. Jonas, da Luzia Santiago e do Ricardo Sá, e logo em seguida são os textos de formação e espiritualidade.

6- Já falando em conteúdo, qual o público-alvo que se quer atingir? Sabe-se que os jovens passam horas navegando na Internet, e até trocam o lazer e o descanso na frete da tela do computador. A Canção Nova está preparada para atrair esse público?

R- O público-alvo são todos os povos. Teve um determinado momento na história da Canção Nova que Dom Alberto Taveira, arcebispo de Palmas-TO, que é um dos bispos que nos acompanham, ele levou ao pe. Jonas uma palavra revelada a ele, e que ele sabia que era para a Canção Nova. A palavra diz pede-me e dar-te-ei por herança todas as nações. E o pe. Jonas assumiu aquilo. Naquele mesmo momento ele rezou pedindo a Deus as nações. Então, esse é o nosso público-alvo. Nós já temos o nosso portal traduzido para o Inglês, para o Espanhol e estamos fazendo um portal voltado para o português de Portugal, porque nós sabemos que é uma outra linguagem. Nós temos o portal sendo traduzido nesse momento para o Italiano, para o Japonês, e temos uma meta de atingir outros idiomas também, principalmente aqueles que são mais falados no mundo, até mesmo o Chinês. Então nós sabemos que não podemos definir em termos de público-alvo. Nós não temos distinção entre jovens, adultos, crianças... Aonde há uma alma, nós sabemos que ela deve ser conduzida para Deus. Esse é o nosso

objetivo. A respeito dos jovens nós pensamos neles, e até mesmo na realidade do jovem que começa muito cedo já a conhecer o mundo pela internet. Diferente de 15 anos atrás, que quando a gente queria uma informação, a gente corria para as enciclopédias, aos livros. Era um tempo muito maior para descobrir as informações, hoje em dia é muito mais rápido, é instantâneo. A gente acessa a informação ao mesmo momento. Então nós pensamos nisso também e temos nos preocupado em tudo aquilo que nós realizamos a todos.

7- Qual o número de acessos do portal Canção nova, por dia, ou por mês?

R- Por dia nós temos uma média 70 mil acessos diários... Por mês dois milhões de acessos. Esse mês especificamente em virtude de toda situação que a Igreja vive, com certeza nós vamos ultrapassar esses dois milhões de acesso. Ele vem crescendo ao longo dos anos. Nós não temos queda de acesso de um mês para o outros, é sempre crescente. Nós já estamos ultrapassando a marca de dois milhões de acessos por mês.

8- Como o portal Canção Nova trabalha com a questão jornalística? A internet pode trabalhar com um jornalismo em tempo real. Isso acontece com a CN?

R- A Canção Nova tem uma preocupação existencial de andar sob a luz da Igreja, na pessoa do bispo. Nós temos sempre o auxílio do bispo de Lorena, Dom Eduardo, que é o bispo da diocese local, onde nós fazemos parte da sede em Cachoeira Paulista, temos assistência dos outros bispos que estão sempre na nossa mídia. Então nós aprendemos junto com isso. Na questão até de rapidez e urgência a gente acaba errado em algumas coisas, nós somos corrigidos e prontamente nós assumimos isso. Então nós temos um aprendizado em termo de Igreja, até mesmo pelo fato da nossa consagração. Na maioria de nós somos pessoas consagradas a Deus na comunidade Canção Nova. Então, porque que eu digo isso, nós também percebemos os erros das demais mídias e procuramos apresentar aquilo que é o nosso diferencial. O dever que nós temos é o de levar a verdade. Como um exemplo disso, ontem todos os jornais, a mídia como um todo noticiou, até mesmo com manchete repetida em diversas mídias, dizendo que o papa penou em renunciar em 2000. E quem conhece um pouco da história da Igreja, e quem conhece o Papa João Paulo II através do que ele escreveu ao longo desses anos, acho até mesmo difícil do Papa ter assumido isso, talvez humanamente isso possa ter passado pelo coração dele, mas a gente sabe que a fé dele em Deus e na virgem Maria era muito maior do que até mesmo ele escrever isso, “pensei em renunciar...” Então se você for ler o testamento do Santo Padre ele atentava para realmente a segunda vinda de Jesus, que nós devemos estar preparados e que ele estava disposto a seguir até o momento que Deus quisesse ele como pastor da Igreja, o que não significa em nenhum minuto dizer que ele ficaria ali até o momento que Deus quisesse e quando ele não o quisesse mais, ele renunciaria. Ele não disse isso de forma alguma. Então nós vemos aí uma distorção da mídia, pelo poder que a mídia tem de até mesmo influenciar a opinião das pessoas. E como que nós trabalhamos com isso? Nós levamos a verdade, nós temos esse compromisso com o evangelho, compromisso com aquilo que Deus colocou na nossa mão, de noticiarmos aquilo que é preciso, mas sempre colocando a mensagem do evangelho.

Então nós estamos fazendo esse filtro. A mídia ou o mundo interpreta de forma meramente humana, o que pode provocar diversas reações nas pessoas, dependendo da notícia. Mas nós colocamos sempre a verdade do evangelho como pano de fundo porque nós não podemos fugir disso e não queremos fugir disso.

9- Qual a importância da Igreja Católica se utilizar desse meio de comunicação para a evangelização e quais cuidados que ela deve tomar?

R- A importância é isso que o Papa João Paulo II disse, que a internet é o meio de evangelização do terceiro milênio. Pela forma como ela atinge as pessoas, pela forma aonde ela chega, pela capacidade de chegar ao mundo inteiro, com apenas um clique. Me recordo do documento que o papa lançou, uma das mensagens pelo dia mundial das comunicações sociais, que ele escreveu, onde ele mandou o documento pelo notebook ele enviou o documento pela internet naquele momento. Isso trás para nós uma responsabilidade muito grande. Nós não podemos ignorar esse meio de comunicação, porque essa é a tendência mundial. As pessoas recorrem automaticamente a internet quando qualquer coisa acontece, quando qualquer notícia nova chega. Os cuidados que nós devemos tomar é de sempre pautar tudo aquilo que nós disponibilizamos como conteúdo pelo evangelho. Nós devemos andar e ter como regra de vida, no momento em que nós colocamos um conteúdo na Internet, como regra de vida, o evangelho. Nós precisamos fazer com que o evangelho chegue até as pessoas, isso deve estar a cima de qualquer coisa.

10- A Canção Nova tem o maior portal católico do Brasil?

R- Nós não temos e nem nos preocupamos em medir isso. Pelo retorno das pessoas, nós ouvimos que somos o maior portal católico do Brasil, até mesmo em número de acessos. Mas nós temos essa informação e nós não nos preocupamos com isso.

11- Qual a interatividade do portal com os demais veículos de comunicação da Canção Nova?

R- Nós temos toda programação da TV Canção Nova pela internet, nós retransmitimos pela internet o sinal da Canção Nova, como o da rádio dos programas, procuramos dar cobertura aos programas que acontecem tanto na rádio como na televisão, nós temos isso tudo de maneira integrada, porque nós temos brasileiros que nos acompanham pela internet espalhados pelo mundo inteiro e quando nós temos algum problema nesse sentido, eles são os primeiros a nos procurar e a reclamar. Porque até muitas vezes eles estão em algum lugar que não tem nem missa, então eles acompanham a missa e rezam conosco pela internet. Nós temos vários testemunhos e isso é pra nós uma responsabilidade muito grande em manter sempre todos os meios de comunicação dentro do portal Canção Nova.

12 - Você gostaria de acrescentar algo a mais que, por ventura, eu tenha esquecido, ou que seja importante?

R- Nesse momento em que a Igreja vive na sucessão do novo papa, rezando pelo próximo papa que vai ser eleito a partir do dia 18 quando começa o conclave, nós queremos ser a continuação da voz de João

Paulo II. Hoje nós não podemos mais vê-lo de fato, com os nossos olhos, mas com os olhos da fé nós acreditamos que ele está conosco, intercedendo por nós, por toda Igreja, pelos meios de comunicação de uma maneira muito especial. A última mensagem oficial do Papa João Paulo II, ele agradece aos meios de comunicação, porque foi através da televisão que ele conseguiu acompanhar a via sacra, a vigília pascal, junto com as pessoas, foi através dos meios de comunicação que ele deu a bênção, então ele agradece na sua última mensagem oficial. E aquele momento que ficou gravado em nossos corações, quando o Papa tentou falar e não conseguiu através da janela do seu quarto trouxe pra nós através do nosso fundador pe. Jonas Abib, essa responsabilidade. E é isso que nós assumimos. Nós queremos ser a continuação da voz do Papa João Paulo II. Temos certeza que o próximo papa vai dar continuidade de tudo aquilo que João Paulo fez, porque ele nada mais fez do que pregar o evangelho. Nós queremos estar junto da Igreja, obedecendo a Igreja, amando a Igreja cada vez mais e rezando nesse momento pela eleição do novo Papa.

ANEXO C

ENTREVISTA COM A SUPERINTENDENTE DA REDE DE RÁDIO CANÇÃO NOVA, ADRIANA PEREIRA - ABRIL/ 2005

1- A rádio Canção Nova foi o início da obra Canção Nova utilizando os meios de comunicação em massa. Conte-nos o início de tudo, as dificuldades, e o que ela é hoje.

R- A Canção Nova começou, na verdade, como uma comunidade. O pe. Jonas Abib à frente da comunidade Canção Nova começou a fazer programas de rádio em outras emissoras AM daqui da

região. Por exemplo, a rádio Mantiqueira de Cruzeiro, no sul de Minas e também Lorena na rádio Cultura. Eram pequenos programinhas de 15 minutos. Depois, foi um ato de fé do pe. Jonas. Ofereceram para ele a rádio Bandeirantes de Cachoeira Paulista, no ano de 1980, e o padre aceitou esse desafio de assumir a rádio. No início nós éramos apenas uma rádio AM e operávamos com 1kw de potência atingindo somente a cidade de Cachoeira Paulista. Mas o objetivo inicial continua até hoje, que é evangelizar. Nós percebemos pelos fatos que Deus nos queria atuando através dos meios de comunicação. Então essa é a forte característica da Canção Nova. Nós existimos para os meios de comunicação, para a evangelização através dos meios de comunicação. Então a Canção Nova em 80 iniciou com sua rádio as dificuldades foram muitas, porque logo em seguida os transmissores de baixa potência não poderiam mais continuar funcionando, porque hoje uma legislação dizendo que teria que ter aumento de potência. Com isso a emissora já teve que investir em um transmissor novo. Anos depois o nosso parque de transmissão pegou fogo, nós perdemos o transmissor, e com a perda do transmissor nós fizemos um projeto chamado Neemias. E foram vários meses desse projeto onde as pessoas contribuíram com a Canção Nova, para que nós adquiríssemos um novo transmissor. O dinheiro que veio, não só deu para comprar o transmissor de volta mas também deu para investir nas ondas curtas que tinha sido naquele tempo, como diz o pe. Jonas, “a providência de Deus aconteceu”. Saiu a liberação para ondas tropicais, ondas curtas e daí nós podemos adquirir outros transmissores também. No início da década de 90 um padre que tinha uma rádio na Bahia, em São Gonçalo dos Campos, pediu para que a Canção Nova assumisse a rádio dele. Depois foi em Cuiabá o bispo diocesano na época pediu que nós assumíssemos a rádio dele. E depois em 94 veio o advento do satélite e nós passamos a não só ter programação naquele local mas também fazer uma programação para uma rede. Nós também nos associamos a RCR, Rede Católica de Rádio, e de lá pra cá, como rede nós crescemos com muitas rádios. Várias rádios se associaram a nós, então hoje 25 anos depois a gente pode dizer que a rádio Canção Nova atinge o Brasil via satélite, o mundo via internet com a programação 100% evangelizadora, 24h no ar, todo trabalho realizado foi um sucesso, e a pequena rádio Canção Nova se tornou uma rede, com 11 emissoras filiais e 13 emissoras afiliadas que transmitem parte da nossa programação. Portanto têm emissoras que pertencem à Canção Nova e estão sob a administração da Canção Nova e têm emissoras que retransmitem parte da nossa programação (que pertencem a outros grupos). Neste mês de maio de 2005, nós vamos comemorar 25 anos de lutas pra manter essa rádio no ar. Porque ela a partir de três meses que ela foi inaugurada ela não teve mais propagandas comerciais. Só os três primeiros meses, em seguida o pe. Jonas instituiu o clube do ouvinte, a partir daí não teve mais comercial.

2- Qual é a abrangência da rádio Canção Nova, hoje. Qual a audiência e qual o público-alvo?

R- O público-alvo são os católicos, batizados, não-evangelizados e os católicos batizados e também o povo em geral que necessita encontrar um sentido para a sua vida. Nossa programação sendo evangelizadora ela está o ar na maioria dos estados brasileiros, em Fortaleza, na Capital do Ceará, estamos em Natal, capital do Rio Grande do Norte, estamos no interior de Pernambuco, na cidade de

Gravatá, estamos em Vitória da Conquista na Bahia, no interior da Bahia tem uma outra emissora que nos retransmite que é Rio Real, temos também emissora no Rio Grande do Sul, Bacaria, temos retransmissora em São Mateus, São José do Rio Preto – SP, Paulínia, SP, em Minas nós temos emissoras que transmitem parte da nossa programação, em Patrocínio, Paracatu, Manhuaçu... Enfim, nas capitais nós atingimos também o Rio de Janeiro através da emissora de Niterói, São Paulo capital, Curitiba e também São José dos Campos que é a maior cidade do Vale do Paraíba e Bauru. Então é com as emissoras que nós conseguimos cortar vários pontos do Brasil. Como em ondas curtas, ela chaga bastante, chega mais distante. Nós temos caminhoneiros que nos escutam praticamente de todo o sul do Brasil, até na Bahia ele escuta a rádio Canção Nova. Em poucos lugares ele perde a sintonia. E pela internet pega em todo mundo e em via satélite quem tem uma parabólica, pode sintonizar a rádio pela parabólica. São vários lugares remotos: onde tem dificuldade de sinais, pode-se sintonizar pela internet. Não dá para medir a audiência da rádio porque são várias emissoras e cada emissora tem a sua gama de audiência. A nossa programação tem horários mais fortes e outros menos fortes. Então tem uma variação muito grande. Então nós não temos esse estudo de volume de audiência.

3- Que tipo de programação a rádio Canção Nova oferece ao seu público?

R- A programação de AM é religiosa. Na maior parte o porte dela é uma programação oracional, lá tem horários fortes oracionais, transmite missa... Mas ela também tem programas de cunho social cristão, onde nós discutimos assuntos da atualidade, política, economia, assuntos que chamamos de sócio-político, cultural e religioso. Então nós temos um programa diário, com duração de duas horas, onde colocamos todos os assuntos da atualidade em destaque, sem deixar de colocar também como a Igreja se posiciona. Nós temos programas de entretenimento, educacional... No caso do educacional na área humana nós temos o programa 'Papo Aberto' com Grabriel Chalita, secretário de Educação do Estado de São Paulo, um programa voltado para um público mais jovem, eclético também. É um programa que foge do lado totalmente religioso. Então a programação tem uma diversidade, tem horários mais jovens, tem horários mais pra famílias, atingindo um público mais eclético. Temos programas musicais, com lançamentos de CD's e tudo. Já a nossa programação de FM, tem uma programação essencialmente musical, uma evangelização através da música. Então nós temos dois tipos de programação, a parte de FM fica com uma programação mais ousada, com música e mensagens, e a programação de AM é uma programação mais eclética. E tem vários tipos de programas, religiosos, ou promocionais da própria obra, programas educacionais e sócio-político, culturais e religiosos.

4- Rádio é sinônimo de notícia em tempo real, a rádio CN se preocupa com o jornalismo?

R- Até pouco tempo atrás o nosso jornalismo era feito de hora em hora, notícias de horas em hora de todo Brasil. De uns tempos pra cá, nós mudamos o formato do nosso jornalismo, nós estamos fazendo um formato experimental temos um jornalismo às 6h30 da manhã e um à 1h30 da tarde, com uma duração longa. Esses dois jornalismo trazem as notícias da atualidade, trazem a opinião também da Igreja. Não é um jornalismo religioso, pelo contrário, é um jornalismo factual, mas com um olhar cristão

para as notícias. Não é um jornalismo sensacionalista, pelo contrário, o que a nós temos é um cuidado muito grande na formatação desse jornal, para que o nosso público possa formar uma opinião. E não massificá-lo: simplesmente aconteceu isso, aquilo ou aquilo outro. Nós damos para o ouvinte subsídios para que ele possa formar sua opinião. E temos esse programa de duas horas de duração, de cunho jornalístico onde nós trazemos uma série de entrevistas jornalísticas, tanto nacionais como internacionais, pessoas de peso na sociedade brasileira, para esclarecer os assuntos da sociedade. Então o nosso empenho com relação ao mundo que está a nossa volta é muito grande. As pessoas muitas vezes falam que a programação da AM transmite acampamentos, dias de oração, dias de louvor... nós temos todas essas transmissões, mas não deixamos de tratar com muita seriedade a parte jornalística. Também temos o apoio da rádio Vaticano que envia para o Brasil uma série de boletins, que são colocados também na nossa programação, principalmente de FM.

5- O Clube do Ouvinte nasceu por uma necessidade da rádio, qual a importância hoje do Clube do Ouvinte para a rádio CN e se ainda hoje a rádio é a maior forma de captar mais sócios?

R- O Clube do Ouvinte é o maior mantenedor da obra Canção Nova, porque nós dependemos de doação. Nós não vendemos horários da nossa programação, não comercializamos a nossa programação. É do Clube do Ouvinte de onde nós captamos a renda para manter todo sistema Canção Nova de evangelização e de comunicação. Portanto, através do Clube do Ouvinte, nós temos a captação dos sócios, nós trabalhamos a fidelidade desse sócio, nós trabalhamos também a pessoa do arrecadador, que é a pessoa que espontaneamente trabalha ajudando nessa arrecadação de doações para manter a Canção Nova. O programa é um programa motivador, esclarecedor, e de prestação de contas porque o ouvinte que contribui precisa saber com o que e como está sendo investida a quantia que ele está nos mandando. Então esse programa existe porque cumpre funções importantes no sentido de mostrar como nós sobrevivemos e como isso acontece. E de que forma é empregada responsavelmente a doação a qual ele dá.

6- Você acredita que as demais rádios, são concorrência direta com a Canção Nova, ou o público da Canção Nova é fiel?

R- Eu não vejo dentro da Igreja Católica uma concorrência entre rádios, até porque existem tantas rádios no mundo, rádios seculares, uma concorrendo com a outra. Então tem dez, 15 rádios diferentes na mesma frequência, na frequência ou modulada, ou amplitude modulada. Quando se trata de evangelização eu vejo que é mais evangelho no ar. Na minha opinião ter uma, duas, três rádios católicas, quem saí ganhando é público católico que pode fazer a opção em ter um programa mais musical, um programa oracional ou um programa de debate, mais que mostre pra ele como a fé dele acontece no mundo de hoje. Então eu não vejo como concorrência o que pra nós é de suma importância é a qualidade daquilo que colocamos no ar. Aí sim é a nossa preocupação, porque fazer uma evangelização, só pode ser feita com a melhor qualidade e com toda responsabilidade. Então nós aqui tratamos com muito carinho a chamada equipe de produção, eles têm subsídios, treinamentos, cursos, para que eles

possam através dos programas ensinar de maneira criativa, colocar de maneira dinâmica aquilo que faz parte da doutrina católica ou do pensamento da Igreja. De forma bem dinâmica mesmo para agradar o ouvinte e ajudá-lo a conhecer a sua Igreja. Essa é a nossa preocupação: ser fiel a doutrina da Igreja Católica. A gente tem uma preocupação muito grande com essa qualidade de produção de conteúdos.

7- Qual o método que a rádio CN usa para atrair mais ouvintes?

R- Nós não temos uma metodologia fechada, nós trabalhamos a evangelização com a nossa vida. Que garante a autenticidade daquilo que fazemos como evangelização. Primeiro é a nossa vivência do evangelho. É ela quem atrai o público a nós. Porque falar mensagens bonitas, qualquer pessoa pode falar, mas viver essas mensagens, não é qualquer pessoa que vive. É fácil de falar, mas é mais difícil viver. O primeiro desafio nosso, como missionários da Igreja Católica é vivermos e, a partir do momento que vivemos, ao anunciar fica mais vivo, mais envolvente, as pessoas passam a ter um carinho maior por aquela emissora, elas sentem vida no ar. Porque nós não anunciamos algo que nós não vivemos. Pelo contrário, nós anunciamos o evangelho que vivemos. Então esse é um diferencial muito forte a nossa primeira preocupação sempre é viver. Nós aqui somos anunciadores daquilo que vivemos. É uma responsabilidade muito grande. Quando nós lançamos por exemplo, um PHN (por hoje eu não vou mais pecar) os primeiros que buscam viver esse chamado somos nós. Não é simplesmente um slogan, é um projeto de vida.

8- Qual a necessidade do veículo “rádio”, para a evangelização e para a Igreja Católica?

R- O rádio é um veículo maravilhoso. Ele é o companheiro do dia-a-dia. Vamos dizer assim: ele é um parente que está ali próximo, um amigo íntimo dentro da casa da pessoa. Então como um meio de evangelização ele é plenamente eficaz, por que ela fala ao coração. Principalmente nos ouvintes de AM, ele consegue quebrar a barreira da solidão, da depressão. A rádio consegue fazer com que a pessoa mude até mesmo uma nova postura de vida. É um veículo que gera essa proximidade, por isso a Canção Nova é uma rádio família. Porque ela gera esse sentido familiar, essa companhia para a pessoa. Como elemento evangelizador a rádio é fundamental, porque vai estar ensinando aquilo que é o verdadeiro amor, caminho, verdade e vida, que é o evangelho, que é Jesus. Então imagina, você tem um veículo de comunicação que anuncia o caminho, a verdade e a vida. Tem muita gente que não sabe para onde ir, então eis o caminho, tem muita gente que está cansada das mentiras que vê a sua volta, então ali tem a verdade anunciada, muita gente perdeu o sentido da vida e encontra naquele anúncio vida em abundância. Porque isso tudo é fruto do evangelho. Então o rádio é um elemento fundamental exatamente por essa proximidade que ele cria com o ouvinte.

9- E será que nos dias de hoje, com televisão, internet e os outros meios de comunicação mais modernos, a importância do rádio diminuiu?

R- Não, cada um tem o seu espaço. O rádio quando veio o advento da televisão, pensou-se que o rádio ia perder totalmente o seu espaço, e pelo contrário, os anos se passaram e se comprovou que hoje

existe o mesmo número de rádios, pelo mesmo número de televisão por domicílio. A diferença é mínima. E com a vantagem de que o rádio pode ser carregado para qualquer lugar, o que não pode ser feito com uma televisão. E também no carro, você tem o rádio no carro. Quando vier a era digital do rádio, nós vamos ver a tamanha força do rádio se mantendo, porque com a sintonia com qualidade, sem perda do sinal com certeza o rádio ainda vai mostrar que ele tem muito vigor. São mais de 80 anos de rádio que vão se perpetuar, porque o rádio tem muita força. Ele é o amigo do ouvinte. Mesmo que venham outros sistemas, eu creio que o rádio vai continuar tendo a sua força.

10- A Canção Nova tem priorizado os outros meios de comunicação, ou tem dado o mesmo valor para o rádio?

R- Eu creio que a Canção Nova, de tempos em tempos, tem uma missão a seguir. Mas, ela nunca abandona ou põe um em detrimento ao outro. Da mesma forma que Deus nos pede: -“Vamos para a televisão”, com o advento da televisão vem o satélite, porque no satélite eu tenho a possibilidade de colocar a rádio. Com isso eu acabo junto com a televisão elevando também as possibilidades da rádio. O que aconteceu quando nós estávamos no primeiro sistema de satélite de rádio, ele é um sistema pago, só existia esse sistema. Quando veio o advento da televisão, tendo que ter um canal no satélite, o que aconteceu: o rádio passou para um sistema de satélite juntamente com a televisão sem custos para quem recebia. Porque era um sistema que veio ser um meio facilitador. Então dentro da Canção Nova nós acreditamos no princípio da providência. Um meio nunca abafa o outro. Quando veio a internet, a primeira coisa foi colocar a rádio na internet. Então nós conseguimos um outro público. Então eu vejo que um meio não apaga o outro, mas aumenta as suas possibilidades de chegar até a pessoa a qual nós temos o interesse de evangelizar.

11- Qual a perspectiva de abrangência da rádio nos próximos anos, vocês têm como plano ampliá-lo. Por exemplo, aqui em Brasília, não chega a rádio CN, podemos esperá-la num futuro próximo?

R- O desejo do pe. Jonas é que aonde têm uma Agência dos Correios (que é algo que existe em todo canto) que também tenha uma Canção Nova lá. O desejo é ampliar sim. Porque não é ampliar para crescer e ser uma grande rede de rádio. Mas sim ampliar a difusão do evangelho, ou seja, cumprir a missão que nos é pedida, evangelizar aos quatro cantos da terra. O nosso desejo é fazer com que a palavra de Deus seja ouvida de fato em todos os cantos do Brasil e do mundo. Então o motivo de crescimento existe em favor do evangelho, para que haja a evangelização.

12- Existem muitos lugares onde a Igreja não consegue chegar, inclusive no interior do país. A Canção nova tem essa preocupação?

R- Sim. A Canção Nova foi pioneira nessa missão de chegar aonde não tem igreja. Foram vários testemunhos de bispos que diziam “Quando eu ia na minha visita pastoral ou no interior da minha região, muito pobre sem recursos, os vilarejos distantes a gente tava lá e ouvia confissões consistentes. Percebia músicas, cantos, a igreja viva. E eu perguntei: - Mas aqui não tem padre, porque ele só vem

aqui de ano em ano. Como é que isso é possível? Eles responderam: Nós acompanhamos a programação da rádio Canção Nova.” Então alguns bispos chegaram a testemunhar para o pe. Jonas Abib e para alguns de nós que devido a evangelização feita pela rádio Canção Nova comunidades rurais inteiras se mantinham vivas na sua fé. Eu tive a oportunidade no ano de 95, de ir para um lugar chamado Sertão, no alto de uma serra. Entre a divisa do Rio de Janeiro e São Paulo. E lá é uma comunidade rural que raríssimas vezes por mês recebia a visita de um sacerdote. A comunidade ela era toda rural e todas as pessoas ali tinham dificuldade de locomoção porque não tem estradas naquela região. Então tinha que ser ou a cavalo, ou a pé. Então tinha que subir e descer serra a pé. Aquelas pessoas tinham uma fé vivíssima, grupo de oração, tinham cultos dominicais (celebrações da liturgia da palavra), um ia na vila mais próxima que tinha Igreja, pagava a Eucaristia e trazia para essas celebrações, seguia todo aquele reavivamento que eles ouviam pelo rádio, aprendiam a tocar as músicas ouvindo o rádio, animando... Eu pude presenciar isso e outros bispos puderam passar isso pro pe. Jonas que a rádio mantinha viva a fé de um povo e os preparava na fé. Então é muito bonito isso, eles percebiam o crescimento espiritual desta comunidade rural porque tinham uma rádio que evangelizava. Era um sacerdote, era uma missa que não tinha, então isso é real. Nós chegamos onde a Igreja não está. Essa é uma missão importantíssima, mantemos viva a fé de um povo.

13- Você gostaria de acrescentar algo a mais que, por ventura, eu tenha esquecido?

R- A rádio Canção Nova evangeliza com muita simplicidade porque ela fala com um povo simples. Ao mesmo tempo em que ela atinge todas as classes sociais, ela tem uma responsabilidade muito grande de trazer a evangelização, trazer a notícia da Igreja. Hoje nós somos referencia nacional para muitos assuntos de Igreja. Nós vivenciamos essa semana o falecimento do Papa João Paulo II, e recebemos contatos de muitas agências de notícias que nos tinham como referência. Isso torna a nossa responsabilidade imensa, em propagar o evangelho, ou notícias da Igreja. Nós temos nos empenhado, cada vez mais fazermos o nosso trabalho com a maior qualidade com a maior prestação de serviço, para atingir a necessidade desse povo que precisa de Deus, mas precisa também de ver a sua vida social, integral, engajada na sua comunidade, sendo um cidadão, uma pessoa de verdade, por inteiro.